

Análisis de Impacto

Responsabilidad Social

Saavedra, Ushuaia, Campana, Avellaneda, Monte
Chingolo



INFORME EJECUTIVO

Abril / Mayo 2016



Índice

Resumen	3
Introducción.....	4
Objetivo	4
Equipo de trabajo	4
Metodología	4
Diseño del estudio.....	5
Objetivos específicos.....	5
Tipo de estudio.....	5
Fuente de datos.....	5
Universo	5
Unidad de análisis	5
Técnicas para la producción de datos	5
Enfoque de la investigación.....	6
Delimitación del problema de investigación	6
Delimitaciones.....	6
Conclusiones generales	¡Error! Marcador no definido.
Oficinas Roque Pérez - Barrio Saavedra, C.A.B.A.....	¡Error! Marcador no definido.
Comunidad	¡Error! Marcador no definido.
Empleados.....	¡Error! Marcador no definido.
Planta Avellaneda – Avellaneda, Barrio Piñeyro, Pcia. de Buenos Aires	¡Error! Marcador no definido.
Comunidad	¡Error! Marcador no definido.
Empleados.....	¡Error! Marcador no definido.
Centro de Distribución Lanús - Monte Chingolo, Lanús Pcia. de Buenos Aires ...	¡Error! Marcador no definido.
Comunidad	¡Error! Marcador no definido.
Planta Campana – Campana, Pcia. de Buenos Aires	¡Error! Marcador no definido.
Comunidad	¡Error! Marcador no definido.
Empleados.....	¡Error! Marcador no definido.
Plantas CLI, 2, 3, 4, 5, 6 – Ciudad de Ushuaia, Pcia. de Tierra del Fuego	¡Error! Marcador no definido.
Comunidad	¡Error! Marcador no definido.
Empleados.....	¡Error! Marcador no definido.

Proveedores ¡Error! Marcador no definido.

Clientes ¡Error! Marcador no definido.

Resumen

El área de Relaciones Institucionales de Grupo Newsan se encuentra interesada en realizar un estudio de análisis de impacto social que le permita entender cuáles son las principales problemáticas sociales existentes en las comunidades donde Grupo Newsan opera, comprender la percepción de la comunidad, sus empleados, proveedores y clientes acerca de la compañía en materia de Responsabilidad Social Empresarial y cuáles son los impactos, ya sean positivos como negativos, que las actividades de Grupo Newsan generan en la comunidad.

Este documento refiere a un informe ejecutivo, donde se detallan las conclusiones del estudio realizado. El análisis exhaustivo de los puntos relevados se encuentra desarrollado en otro informe detallado.

En el presente documento se expone en una primera parte, la metodología de trabajo utilizada para el estudio en donde se definen objetivo, hipótesis y cuestiones relacionadas al diseño específico, que dan aval científico al trabajo. En una segunda etapa, se exponen las conclusiones particulares para cada actor social relevado.

Introducción

Objetivo

El objetivo del estudio consiste en realizar un análisis que describa el estado de situación integral, incluyendo aspectos positivos como desafíos y oportunidades de mejora, de los impactos que las actividades y decisiones de Grupo Newsan generan en materia de responsabilidad social empresaria en:

1. La comunidad donde se encuentran sus plantas: Ushuaia, Avellaneda, Campana y Monte Chingolo
2. La comunidad donde se encuentran sus oficinas: Saavedra, C.A.B.A.
3. Actores indirectos: Proveedores, Clientes
4. Actores directos: Empleados

Equipo de trabajo

El equipo de trabajo estuvo liderado por las Lic. Verónica Rubín y Fernanda Marmorek, socias de Social Impact Consulting.

Los relevamientos en campo estuvieron a cargo del siguiente equipo de trabajadores sociales:

- Comunidad Avellaneda & Monte Chingolo – Leandro Méndez
- Comunidad Campana – Mariana Cáceres
- Comunidad Saavedra – María Inés Sorbellini
- Comunidad Ushuaia – Gustavo Rodríguez y Andrés Almada

Metodología

Se realizaron mediciones sobre el desempeño y la incidencia de la organización en la sociedad y el medio ambiente utilizando como guía: las normas propuestas por la ISO 26.000 – Guía de Responsabilidad Social Empresaria, los Objetivos de Desarrollo Sostenible definidos por las Naciones Unidas y la Guía GRI (G4) de Global Reporting Initiative.

Se realizaron encuestas para obtener datos cuantitativos y entrevistas en profundidad con referentes clave a fin de ampliar la información recabada y ampliar el resultado del estudio de manera cualitativa. Se utilizó el programa Survey Monkey como respaldo informático para la recolección y el análisis de la información.

Diseño del estudio

Objetivos específicos

1. Identificar el impacto que Grupo Newsan genera con sus actividades y decisiones en el bienestar de los integrantes de la comunidad y sus empleados.
2. Evaluar el impacto que Grupo Newsan genera en los negocios de sus proveedores y clientes.
3. Obtener un diagnóstico de la percepción de los empleados, comunidad, proveedores y clientes sobre la compañía en temas de responsabilidad social.

Tipo de estudio

Exploratorio – Descriptivo

Fuente de datos

Primaria

Universo

- Comunidades circundantes a las plantas y oficinas localizadas en Saavedra, Avellaneda, Monte Chingolo, Campana y Ushuaia.
- Proveedores nacionales, productivos y no productivos – 247 casos.
- Clientes nacionales grandes, medianos, pequeños y cadenas – 1300 casos.
- Empleados de las plantas de Avellaneda – 274
- Empleados de las plantas de Campana – 506
- Empleados de las oficinas de Roque Pérez - 535
- Empleados de las plantas de Ushuaia: Se pospuso el estudio para una segunda etapa debido a que, sobre el momento de tomar la muestra, se redujo el horario de la jornada laboral en algunas plantas. Desde el sector de Relaciones Institucionales se consideró inoportuno continuar con el relevamiento.

Unidad de análisis

Se tomó una muestra del 20% según el siguiente detalle:

- Saavedra: 55 comercios, 3 referentes clave y 6 organizaciones sociales
- Avellaneda: 9 comercios, 2 referentes clave y 7 organizaciones sociales
- Monte Chingolo: 2 comercios, 1 referente clave y 3 organizaciones sociales
- Campana: 30 comercios, 3 referentes clave y 13 organizaciones sociales
- Ushuaia: 58 comercios, 8 referentes clave y 15 organizaciones sociales
- Proveedores: 84
- Clientes: 321
- Empleados Avellaneda: 56
- Empleados Campana: 109
- Empleados Roque Pérez: 157

Técnicas para la producción de datos

- Reuniones con los distintos referentes de área: Compras, Ventas, RRHH, Industrial
- Empleados: encuesta anónima on line y papel
- Proveedores y Clientes: encuesta anónima on line
- Guía de relevamiento del barrio

- Encuesta cuantitativa y cualitativa a organizaciones barriales
- Encuesta a comercios
- Entrevistas en profundidad a referentes de barrio (historia de vida)

Enfoque de la investigación

Enfoque mixto: cuantitativo y cualitativo.

Delimitación del problema de investigación

El diseño del estudio se basó en las siguientes hipótesis de trabajo:

Hipótesis

H₁

La instalación de las oficinas y plantas de Grupo Newsan en las comunidades de Saavedra, Avellaneda, Campana, Monte Chingolo y Ushuaia, impactan positivamente en la calidad de vida de sus habitantes.

H₂

Grupo Newsan impacta positivamente en los negocios de sus proveedores, y clientes generando un efecto derrame.

H₃

- A. Comunidad y empleados son principales stakeholders en la elaboración de estrategias de responsabilidad social de la compañía.
- B. Proveedores y clientes son principales stakeholders en la elaboración de estrategias de responsabilidad social de la compañía.

Delimitaciones

↪ De tiempo:

- Inicio y planificación – 1 semana
- Relevamiento – 4 semanas
- Informe ejecutivo – 2 semanas
- Informe detallado – 1 semana

↪ De espacio:

- Barrio Saavedra: comercios situados a 10 cuadras a la redonda de la oficina central y organizaciones sociales de zona norte de C.A.B.A.
- Avellaneda, barrio Piñeyro: comercios y organizaciones sociales situadas a 10 cuadras a la redonda de donde está ubicada la planta.
- Monte Chingolo: comercios y organizaciones sociales situadas a 7 a cuadras a la redonda de donde está ubicado el centro logístico.

- Campana: barrios cercanos a la planta: Siderca – Lubo – Dalera – Villa Nueva – Las Acacias – San Cayetano – Centro de Campana.
- Ushuaia: Ciudad de Ushuaia.
- Todo el territorio de la República Argentina para los casos de proveedores y clientes.

↪ Conceptuales:

Se definen los siguientes términos:

- *Comunidad*: es una agrupación o conjunto de personas que habitan un espacio geográfico delimitado y delimitable, cuyos miembros tienen conciencia de pertenencia o identificación con algún símbolo local y que interactúan entre sí más intensamente que en otro contexto, operando redes de comunicación, intereses y apoyo mutuo, con el propósito de alcanzar determinados objetivos, satisfacer necesidades, resolver problemas o desempeñar funciones sociales relevantes a nivel local”. (Ander-Egg, 2005:34).
- *Calidad de vida*: es el resultado de la compleja interacción entre factores objetivos y subjetivos; los primeros constituyen las condiciones externas: económicas, sociopolíticas, culturales, personales y ambientales que facilitan o entorpecen el pleno desarrollo del hombre, de su personalidad. Los segundos están determinados por la valoración que el sujeto hace de su propia vida.
- *Efecto derrame*: en relación a la teoría del goteo en donde se establece que las ganancias de capital de las corporaciones, inversionistas y empresarios, pueden estimular la producción en la economía global beneficiando al resto de la cadena de valor.
- *Stakeholders*: trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Existen dos tipos de grupos de interés:
Los stakeholders primarios son fundamentales para el operar de una organización. Este grupo incluye a quienes tienen alguna relación económica con el negocio, como por ejemplo, los accionistas, los clientes, los proveedores y los trabajadores.
Los stakeholders secundarios son aquellos que no participan directamente en el intercambio con una empresa, pero que sí pueden afectar o verse afectados por las acciones de ésta. En esta categoría están los competidores, los medios de comunicación y las organizaciones sociales, entre otros.
- *Responsabilidad Social*: El objetivo de la responsabilidad social es contribuir al desarrollo sostenible. El desempeño de una organización en relación con la sociedad en la que opera y con su impacto sobre el medio ambiente se ha convertido en una parte crítica al medir su desempeño integral y su habilidad para continuar operando de manera eficaz. De acuerdo a la ISO 26.0000, se plantean siete materias fundamentales para que una empresa sea socialmente responsable:
 1. Gobernanza de la organización.
 2. Derechos Humanos.
 3. Prácticas laborales.
 4. Medio ambiente.
 5. Prácticas justas de operación.
 6. Asuntos de consumidores.
 7. Desarrollo de la comunidad.