

RESPONSABILIDAD SOCIAL: VÍNCULOS ENTRE EMPRESAS GASTRONÓMICAS Y LA COMUNIDAD EN LA COSTANERA ENCARNACENA

Gustavo Nuñez ¹

¹ Universidad Autónoma de Encarnación – UNAE, Encarnación, Paraguay

Resumen

El presente estudio es la visión del rol de las empresas en la sociedad, con la mirada puesta en la Responsabilidad Social (RS) y en la búsqueda de los vínculos que las empresas gastronómicas encarnacenas mantienen con la comunidad. Tal abordaje ha permitido obtener información del grado de conocimiento, las prácticas, el desarrollo de los actores sociales implicados.

Los objetivos fueron determinar la importancia que le asignan los empresarios a la RS en el entorno del paseo gastronómico encarnaceno y además de explorar los vínculos existentes con la comunidad.

El contexto geográfico es en la ciudad de Encarnación, que cuenta con una costanera, que fuera construida por una empresa hidroeléctrica (Entidad Binacional Yacyretá), que le permitió solucionar los problemas de inundación de la ex zona baja. El relevamiento de datos se realizó mediante un censo completo de los representantes de los establecimientos gastronómicos del paseo turístico y a los jefes de hogares de la comunidad.

El estudio permitió describir que los empresarios del sector mencionado de Encarnación, asumen la responsabilidad social de manera complementaria con su entorno, sujeta a las actividades sociales y ambientales más importantes, ejecutadas por instituciones tales como la Municipalidad de Encarnación y la Entidad Binacional Yacyretá.

Palabras-clave: Empresas. Responsabilidad Social. Vínculos sociales.

Abstract

The present study is the vision of the role of companies in society, with an eye on Social Responsibility (RS) and the search for links that incarnated food companies maintain with the community. This approach has allowed obtaining information on the degree of knowledge, practices, and development of the social actors involved.

The objectives were to determine the importance that entrepreneurs assign to the SR in the environment of the incarnational gastronomic tour and also to explore the existing links with the community.

The geographical context is in the city of Encarnación, which has a waterfront, which was built by a hydroelectric company (Entidad Binacional Yacyretá), which allowed it to solve the flood problems of the former low zone. The data was collected through a complete census of the representatives of the gastronomic establishments of the tourist walk and the heads of households in the community.

The study allowed describing that entrepreneurs in the aforementioned sector of Encarnación assume social responsibility in a complementary manner with their environment, subject to the most important social and environmental activities, carried out by institutions such as the Municipality of Encarnación and the Yacyretá Binational Entity.

Keywords: Business. Social responsibility. Social links.

How to cite this article:

NUÑEZ, Gustavo. RESPONSABILIDAD SOCIAL: VÍNCULOS ENTRE EMPRESAS GASTRONÓMICAS Y LA COMUNIDAD EN LA COSTANERA ENCARNACENA. **ACINNET Journal**, Varginha, MG, v. 10, p. 1-16, 2020. ISSN 0000-0000/ ISSN 0000-0000.

Disponível em: <https://> endereço do periódico.

DOI: <https://> colocar o doi do artigo (editoração da revista)

INTRODUCCIÓN

El tema estudiado consistió en la descripción de la aplicación de las medidas de responsabilidad social (RS) en las empresas con servicios gastronómicos, que están situadas en el paseo gastronómico en la playa San José de la ciudad de Encarnación, urbe localizada al sur del Paraguay.

Para el marco teórico, se ha consultado varias producciones, sin embargo esta investigación se basa principalmente en la estudio de Leira (2015), la cual logró identificar el conocimiento del concepto de RS de los responsables o administradores de las empresas de alojamiento turístico de una zona de España, y en la cual menciona que el 12,4 % de los gerentes de las corporaciones hoteleras conocen tanto el concepto de responsabilidad social como su significado propiamente dicho.

La RS es emprender y sostener negocios utilizando principios éticos y que estén acordes a las leyes vigentes, que integra de manera voluntaria aportes de carácter social y ambiental.

En el entorno del paseo gastronómico y donde empieza la parte oeste del microcentro encarnaceno, existen viviendas particulares y pequeños comercios no dedicados a la gastronomía, que pertenecen en su gran mayoría a lugareños antiguos del barrio San José, quienes son los que viven y sienten en el día a día la convivencia con sus nuevos vecinos, es decir con “los comercios dedicados al servicio gastronómicos”.

Los aspectos principales de la investigación realizada por el autor, están plasmadas desde varias aristas, como son las del sector gastronómico y la de los jefes de hogar de las viviendas colindantes y es el resultado de la investigación “Importancia de la Responsabilidad Social en la costanera encarnacena”, que fuera presentada como trabajo final de la maestría en Administración de Negocios.

Se ha logrado responder preguntas tales como; ¿Qué importancia le asignan los empresarios gastronómicos a la RS en el entorno del paseo gastronómico encarnaceno? y ¿Qué vínculos mantienen las empresas gastronómicas con la comunidad?

Los objetivos de la investigación consistieron en determinar la importancia que le asignan los empresarios gastronómicos a la RS en el entorno del paseo gastronómico encarnaceno y además permitió explorar los vínculos existentes entre las empresas gastronómicas y la comunidad.

La hipótesis sostenida es que los empresarios del paseo gastronómico de la playa San José de Encarnación, asumen la Responsabilidad Social de manera complementaria, sujeta a las actividades sociales y ambientales más importantes,

ejecutadas por instituciones tales como la Municipalidad de Encarnación y la Entidad Binacional Yacyretá.

Aún en la actualidad, la RS es un concepto y un marco teórico para el gobierno corporativo en construcción, dentro de la indeterminación que aún persiste a la hora de delimitar sus perfiles y su medición.

El deterioro gradual y constante de las condiciones medioambientales, que casi siempre son imputables a como ser: a las actividades económicas, a la exclusión social, a la deforestación masiva y a la poca valoración del ser humano. Es así que esto crea una presión y una preocupación en la sociedad, lo que produce cierta sensibilidad de los ciudadanos que las empresas deben contribuir con su entorno inmediato. (Ballester Colomer & Azpitarte, 2014, pág. 70).

Muchas veces nos preguntamos si los propietarios de negocios ven la RS como un acto voluntario para ayudar al planeta, o ven como una práctica de marketing para mejorar la productividad de la empresa; el enfoque verde, independiente a ambos puntos de vista, es una alternativa empleada por los establecimientos comerciales que va más allá de un tema de vanguardia, finalmente menciona Acosta (2015).

En este sentido, sobre las tareas y buenas prácticas de responsabilidad social, según señala Rainforest Alliance (2008) del Programa de Turismo Sostenible de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, abarcan temas puntuales como: el calentamiento global, los recursos naturales, la biodiversidad, el tratamiento de los desechos sólidos y principalmente la educación ambiental.

Respecto al universo de estudio estuvo conformado por las empresas gastronómicas y las viviendas particulares y comerciales sin servicios gastronómicos de la ciudad Encarnación.

Encarnación, como otras ciudades costeras del Paraguay, sufría en las temporadas de lluvia, por las inundaciones debido a la crecida del río que lo bordea. Sin embargo, gracias a las obras de tratamiento costero construido por la Entidad Binacional Yacyretá, la ciudad ha logrado eludir los efectos de este fenómeno natural.

El proceso, para llegar a la actual costanera encarnacena, fue complicado y hasta podría decirse traumático. Esta empresa que construyó la obra, tuvo que empezar el traslado y reubicación de los habitantes de la ex zona baja, a conjuntos habitacionales construidos al efecto. Y lo que respecta a los trabajadores y comerciantes fueron reubicados en el Nuevo Circuito Comercial, construida para centralizar el comercio encarnaceno en una zona estratégica en las cercanías del puente San Roque González de Santa Cruz.

METODOLOGÍA

El diseño de la presente investigación, es no experimental, porque los hechos fueron observados tal y como se dan en su contexto natural (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010).

Además, es descriptivo, pues se describen las características de los sujetos en su propio contexto; fueron detallados cómo son y se manifiestan. Se midió y recogió la

información de manera independiente, esto es que el objetivo no es indicar cómo se relacionan (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010, pág. 80).

Así también es un estudio transversal, se tomó una instantánea de un evento, como menciona Ferrer (2010).

El estudio es hipotético-deductivo, pues las actividades disponen de pasos como práctica científica, con pasos esenciales como: observación, la creación de una hipótesis, la deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y la verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

El área de estudio específico, es la comprendida en el polígono delimitado por: al oeste, la playa San José (Río Paraná); al norte, por la calle Tomás Romero Pereira; al este, por la calle General Gervasio Artigas; y al sur, por la calle General Cabañas. Tal como se aprecia en la ilustración n°1.



Fuente: Google maps

Ilustración 1 - Delimitación del Paseo Gastronómico y su entorno en la Playa San José de Encarnación

El objeto de estudio es la Responsabilidad Social de las empresas, con sus desarrollos, prácticas, cuidados de la naturaleza que les rodea y el relacionamiento con la comunidad y los turistas. Fueron tomadas como unidades de análisis, por un lado, las empresas con servicios gastronómicos, por otro las viviendas particulares y los comercios no gastronómicos. En cuanto a los criterios técnicos considerados para llevar a cabo la entrevista, se encuentran sintetizados en la siguiente tabla:

Tabla 1: Ámbito Paseo Gastronómico Playa San José En Encarnacion - Paraguay

Ámbito	Paseo Gastronómico Playa San José En Encarnacion -
Población 1	16 empresas gastronómicas, hoteles, pensiones y alojamientos de turismo identificados en el área de estudio (22 %).
Población 2	58 viviendas particulares y comercios no gastronómicos en el area estudiada (78 %)
Método	Entrevista directa/ Observaciones in situ
Momento de realización	Temporada alta para el turismo (Debido a que las actividades que se desarrollan están en su máximo potencial)

Fuente: El autor

Población 1 16 empresas gastronómicas, hoteles, pensiones y alojamientos de turismo identificados en el área de estudio (22 %).

Población 2 58 viviendas particulares y comercios no gastronómicos en el area estudiada (78 %).

Método

Entrevista directa/ Observaciones in situ

Momento de realización Temporada alta para el turismo (Debido a que las actividades que se desarrollan están en su máximo potencial)

Fuente: Elaboración propia. Relevamiento en campo previo al estudio.

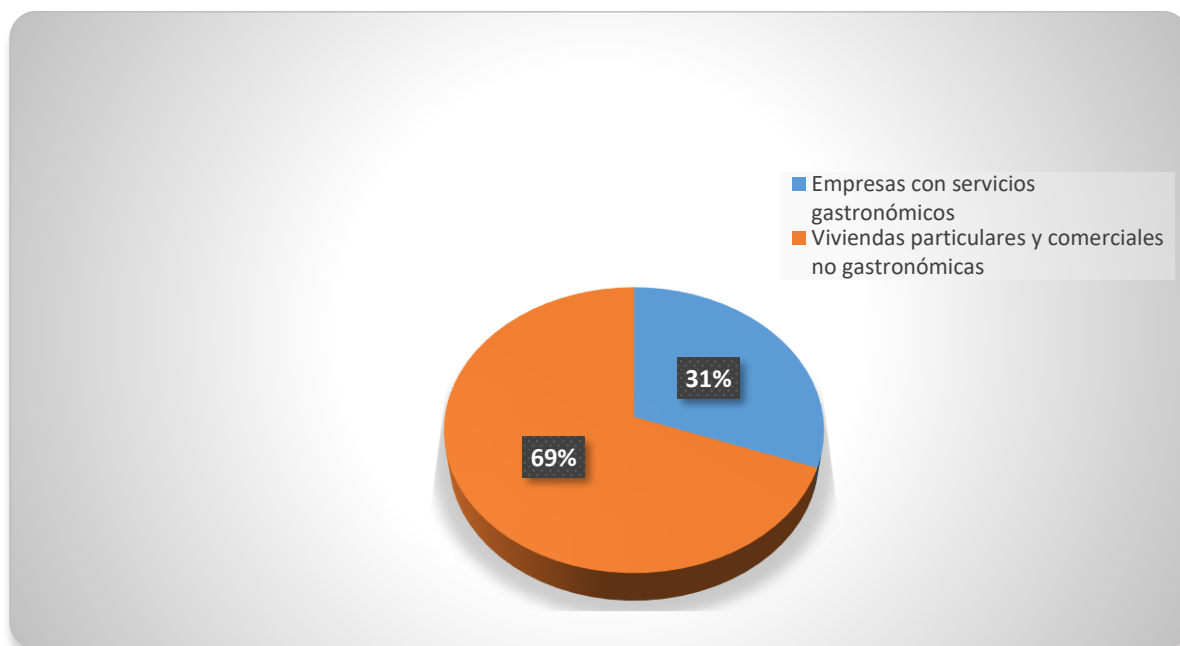
Quedan fuera de estudios las empresas de servicio de comida que no estén ubicados geográficamente en el polígono del referido paseo gastronómico de la playa San José. Además, no integran el presente estudio las empresas no constituidas formalmente y las que son de ventas ambulantes y las ubicadas en las veredas o calles. Por otro lado también quedan excluidas de la investigación y no son objeto de estudio las viviendas definidas como colectivas, como también las ubicadas en inquilinatos y/o departamentos, debido al carácter transitorio de ocupación de los inmuebles que podría ocasionar falta de arraigo en la zona de estudio.

Para el relevamiento de la informacion se procedió a entrevistar a la población completa en el área delimitada. No procedió a realizar ningún muestreo, con lo que se logró un análisis global y amplio, a fin de obtener resultados más confiables y exactos.

En cuanto a los datos cuantitativos, se utilizó como instrumento principal, el formulario que consistió en un cuadro de preguntas elaborado al efecto.

Respecto a los datos cualitativos, principalmente se han recurrido a las observaciones, lo que no es lo mismo que simplemente ver. En este estudio se ha realizado lo que se llama "Observación Investigativa", conforme lo afirma Hernández, Fernández, & Baptista (2010), con los propósitos esenciales de explorar los ambientes, describir el comportamiento de la comunidad, identificar las

actividades que desarrollan, comprobar las vinculaciones entre los actores y la identificación de posibles problemas.



Fuente: El autor

Ilustración 2 - Distribución según categorías de actividad

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

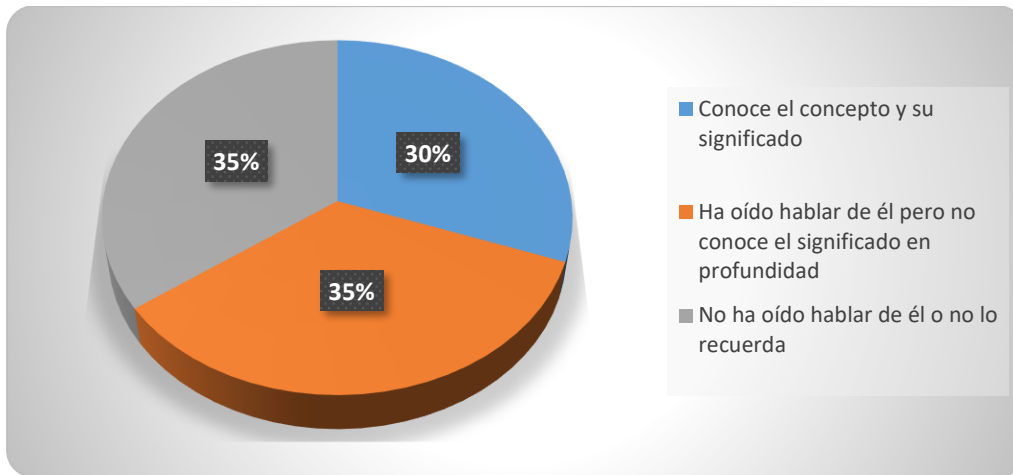
ANÁLISIS DE LA POBLACIÓN INVESTIGADA

En la ilustración 2, se puede ver que el 31 % corresponde a empresas gastronómicas y que el 69 % del total de la población a viviendas particulares y empresas no gastronómicas.

Las empresas con servicio gastronómicos en el paseo de comidas de esta ciudad tienen en promedio alrededor de 4 años de antigüedad de operación.

Conocimiento y opinión sobre la responsabilidad social

En lo que respecta al análisis por conocimiento de RS de las empresas, el 30 % manifiesta conocer el concepto de RS y su significado, el 35 % ha oído hablar al respecto, pero no conoce el significado a profundidad y el 35 % no ha oído hablar del tema o no lo recuerda.

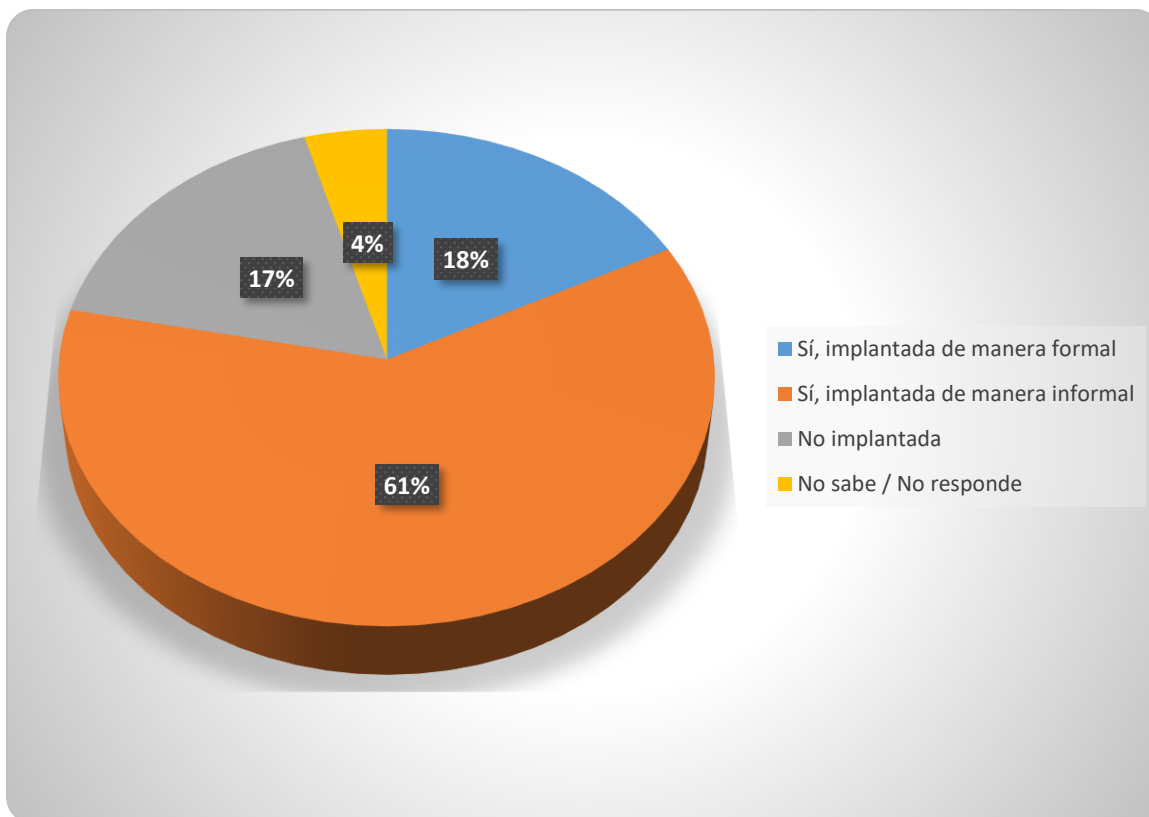


Fuente: O autor

Ilustración 3 -Análisis por Conocimiento de RS de las Empresas

RESPONSABILIDAD SOCIAL APLICADA POR LAS EMPRESAS GASTRONÓMICAS

El análisis según implementación de la RS, las empresas gastronómicas encarnacenas respondieron que el 18 % del total tienen implantadas medidas de RS en sentido formal o planeado, el 61 % tienen implantadas, pero de manera informal y ocasional, en tanto que el 21 % respondió categóricamente no tener implantada ninguna medida de RS.

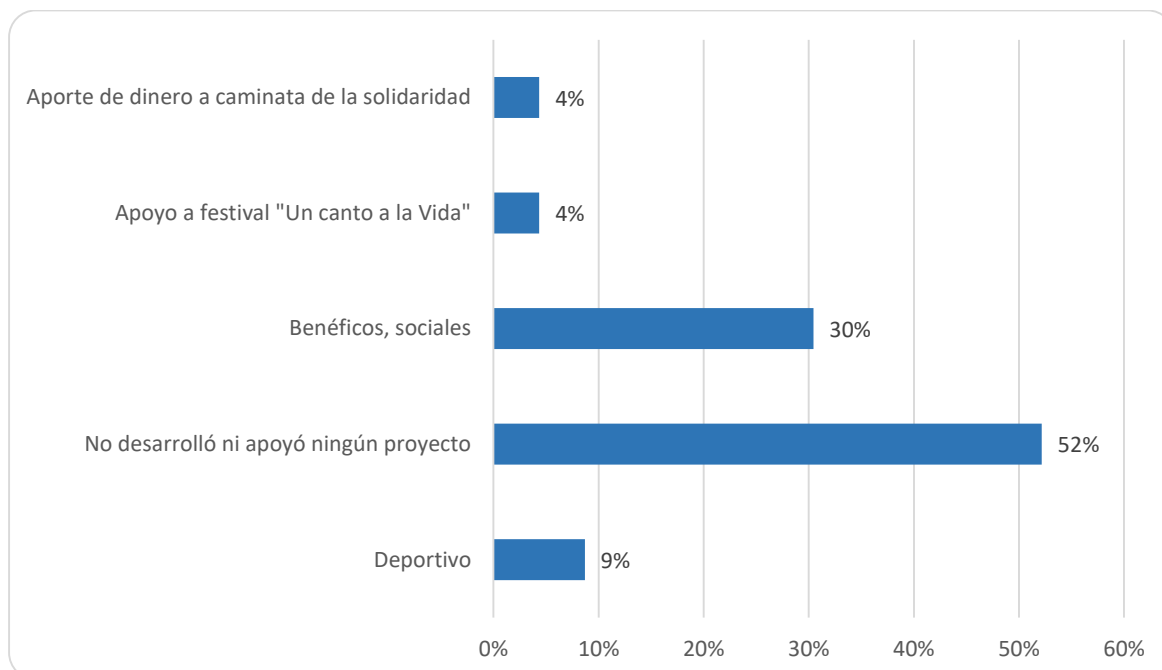


Fuente: El autor

Ilustración 4 - Análisis según Implementación de RS

Se observa que un alto porcentaje de empresas aplican o implementan la RS, pero sin embargo, pareciera ser que solo o hacen ocasionalmente y sin un plan definido.

Por otro lado, respecto a las actividades desarrolladas o apoyadas por las empresas con servicio gastronómicos en la comunidad local, el 52 % de los entrevistados, reportó que no desarrolló o no apoyó a ningún proyecto solidario, el 30 % sostuvo que apoya a actividades benéficas y sociales.

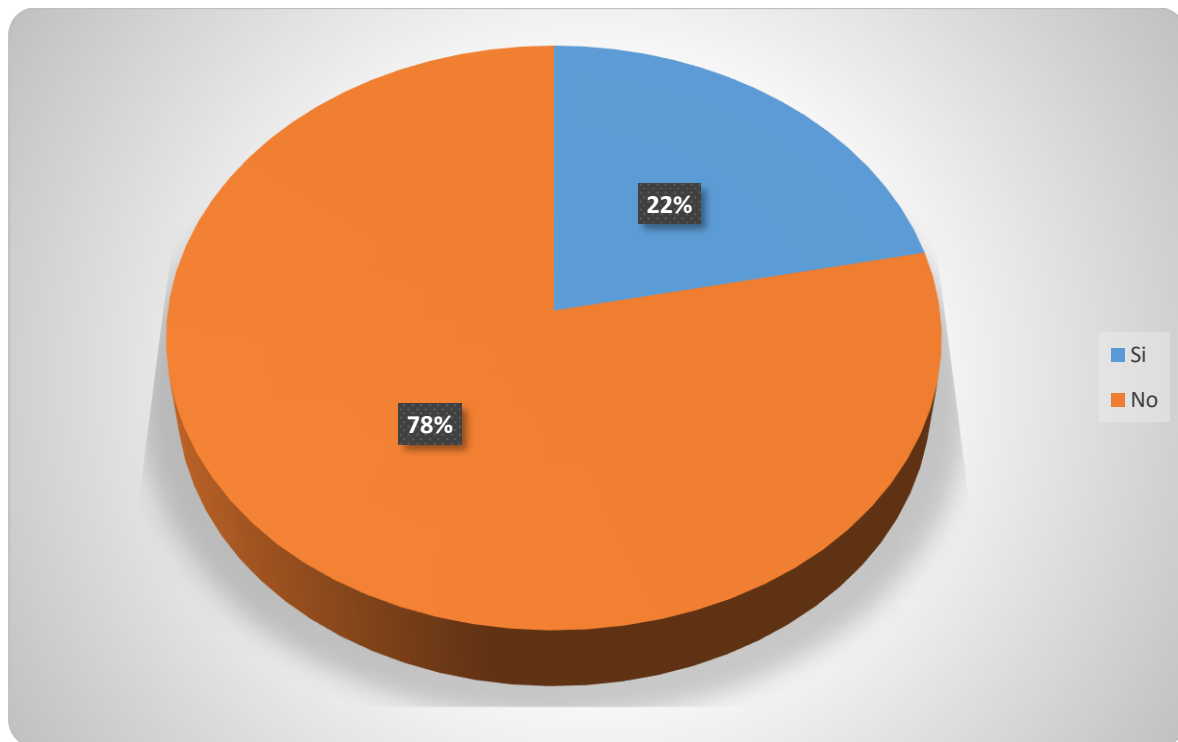


Fuente: El autor

Ilustración 5 - Clasificación según Apoyo a Actividades de la Comunidad

En el análisis por inclusión de personal con capacidades diferentes en las empresas gastronómicas, el 78 % nunca ha contratado personal con capacidades especiales y el 22 % ha contratado en alguna ocasión.

En este sentido, las empresas pueden contratar a personal con capacidades diferentes ya sea por motivación integradora que responda a un compromiso social de la empresa, también podría ser por motivación económica, aprovechando los beneficios que comporta la inserción laboral a la empresa de una persona con discapacidad y finalmente por motivación legal, por exigencias de leyes que protegen y tratan de la integración a la sociedad de las personas especiales.

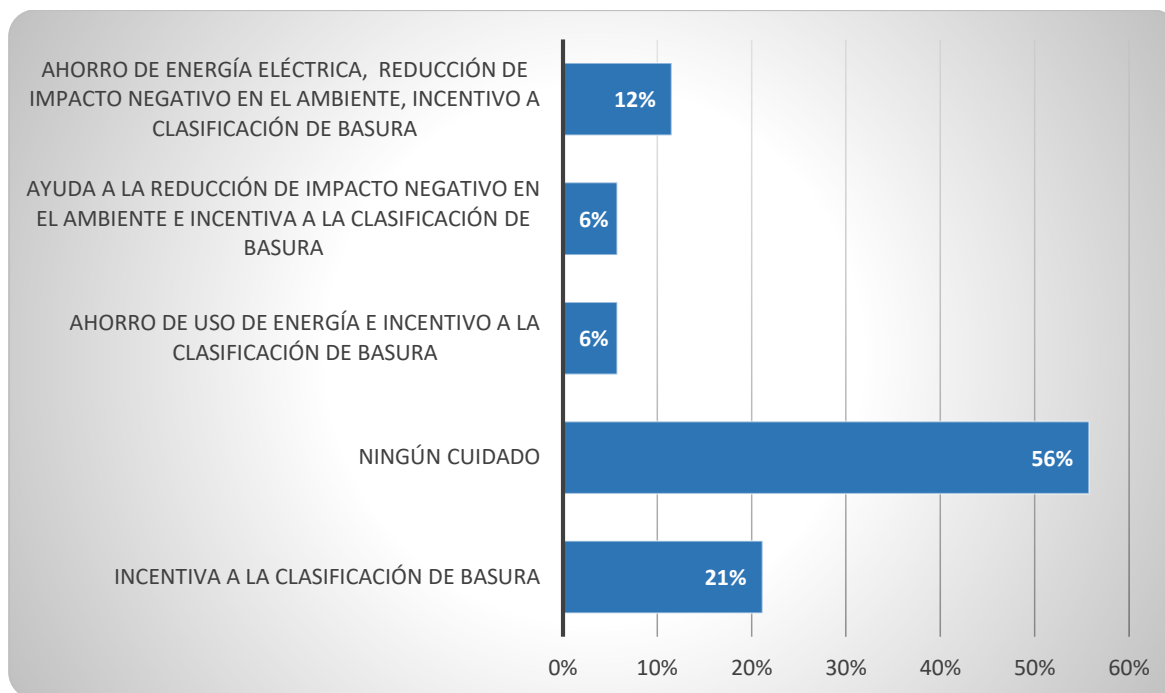


Fuente: El autor

Ilustración 6 - Análisis por Inclusión de Personal con Capacidades Diferentes en las Empresas Gastronómicas

Aportes sociales y medio ambientales de las empresas gastronómicas, desde el punto de vista de la comunidad

Se ha procedido al análisis de lo que la comunidad opina de las medidas de protección al paseo gastronómico realizadas por las empresas por RS y al respecto el 56 % mencionó que las empresas gastronómicas no realizan ningún cuidado al medio, el 21% opina que incentivan a la clasificación de basura, el 12% ahorra la energía eléctrica y otros 11 % ayuda a reducir el impacto negativo en el medio ambiente con cuidados en el manejo de basuras.



Fuente: El autor

Ilustración 7 - Análisis de Medidas de Protección al Paseo Realizadas por Empresas Gastronómicas por RS

CONCLUSIONES

Los datos analizados permitieron realizar una serie de reflexiones, las cuales se exponen a continuación:

Conviene comenzar resaltando, respecto a estos objetivos, fue posible establecer que solamente un 30 % de los empresarios gastronómicos entrevistados conocen tanto el concepto de Responsabilidad Social Corporativa como su significado. Así también, que un tercio (35%) ha oído alguna vez el término de Responsabilidad Social pero que, sin embargo, no conocen su significado a profundidad. Y que para el 35 %, era la primera vez que escuchaban este término y que, por lo tanto, no conocían el concepto.

En el análisis de algunos indicadores sobre medidas de RS, se tiene que:

- 1) En cuanto al análisis según implementación de la RS, las empresas gastronómicas encarnacenas respondieron que el 18 % del total tienen implantadas medidas de RS en sentido formal o planeado, el 61 % tienen implantadas, pero de manera informal.
- 2) En el análisis por inclusión de personal con capacidades diferentes en las empresas gastronómicas, el 78 % nunca ha contratado personal con capacidades especiales.
- 3) La comunidad encarnacena mencionó que el 56 % que las empresas gastronómicas no realizan ningún cuidado al medio, el 21% opina que incentivan a la clasificación de basura.

De acuerdo a los objetivos y a la metodología utilizada en el estudio realizado y al conjunto de los resultados expuestos y las reflexiones realizadas llevan a la confirmación de la hipótesis planteada anteriormente.

Las investigaciones, el análisis y el trabajo efectuados para la realización de este estudio abren caminos en el planteamiento de nuevas líneas de investigación que profundicen en diversos aspectos, como pueden ser los siguientes:

- a) Realizar una investigación exhaustiva sobre los hoteles y otros alojamientos y la RS, donde se tenga en cuenta la diversidad de tipos de establecimientos, sus peculiaridades de construcción.
- b) Analizar la percepción que tiene la clientela, así como sus pensamientos ideas respecto a la implantación de prácticas de RS.
- c) Profundizar en el estudio de la evolución de la aplicación de la RS en lo que concierne a la conciliación de la vida familiar y laboral y la ocupación de puestos de responsabilidad por parte de las mujeres.

BIBLIOGRAFÍA

Acosta, L. L. (2015). Responsabilidad Social en Restaurantes. *Revista Gastronómica Digital*.

Ballester Colomer, J., & Azpitarte, B. (2014). *La Responsabilidad Social Corporativa o la Parte Simpática del Capital Social*.

Ferrer, J. (2010). *Conceptos Básicos de Metodología de la Investigación*.

Leira, G. (2015). *La Responsabilidad Social Corporativa en Alojamientos Turísticos de Galicia*. Universidad Da Coruña.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Mexico: McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. de C.V.

Rainforest Aliance. (2008). *Buenas prácticas para turismo sostenible*.

Vaca Acosta, R. M. (2013). *Responsabilidad Social Corporativa en las Cadenas Hoteleras Españolas: Factores Determinantes de su Nivel de Desarrollo y Consecuencias*. Huelva.