

UNIVERSIDAD DE VALPARAISO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA INGENIERÍA COMERCIAL



**“APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
PYMES DE LA CIUDAD DE VALPARAÍSO Y VIÑA DEL MAR”**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
AL TÍTULO DE INGENIERO COMERCIAL

Profesor Guía: SR REINALDO CALVO APABLAZA

Alumna: SRTA CARLA HERNÁNDEZ ORREGO

VIÑA DEL MAR, 2012

Dedicatoria

 Mi trabajo de tesis se lo dedico a quien estaría orgulloso de verme y acompañarme en esta etapa final de un proceso que tanto anhelaba, mi Padre Leonardo, que acompañado de Dios observa que sus consejos y enseñanzas ya dieron frutos.

Agradecimientos

Agradecer en primera instancia a Dios por guiarme y darme las fuerzas durante toda mi vida, en especial durante este proceso y rodearme siempre de grandes personas.

A mi familia por estar siempre presente acompañándome y amándome; a mis padres, Magali y Leonardo, que me brindaron la oportunidad y el apoyo para ser lo que soy; a mis hermanos, Ingrid, Leonardo y Héctor por cada uno de los sabios consejos que me entregaron para enfrentar la vida; a mi pololo, Gonzalo, que me acompañó y me brindó las fuerzas y amor para no dejarme vencer; y a mi profesor guía por el apoyo y tiempo brindado.

Padres, hermanos, amor, sobrinos y amigos gracias por ser parte de mi vida y entregarme su cariño.
Maranatha!

Índice

Dedicatoria.....	i
Agradecimientos	ii
Índice	iii
Resumen.....	vii
Abstract.....	viii
Introducción.....	1
Objetivos.....	2
CAPITULO I “MARCO TEORICO”	3
1. Introducción al capítulo	4
2. Responsabilidad social empresarial.....	6
2.1. Definiciones de la Responsabilidad Social Empresarial	8
2.2. Dimensiones de la RSE.....	9
2.2.1. Dimensión Interna	9
2.2.2. Dimensión Externa	10
2.3. Componentes de la RSE	11
2.3.1. Protección Ambiental.....	12
2.3.2. Derechos de los trabajadores.....	12
2.3.3. Derechos humanos	12

2.3.4.	Participación Comunitaria.....	13
2.3.5.	Mercadotecnia e imagen	13
2.3.6.	Desarrollo empresarial y económico	14
2.3.7.	Educación y desarrollo del liderazgo	14
2.4.	Objetivos de la RSE	15
2.5.	RSE y ética.....	16
3.	Evolución de la RSE	18
3.1.	RSE en el mundo	18
3.2.	RSE en Chile	20
4.	RSE y su implementación en las pymes.....	21
4.1.	Factores que motivan la aplicación de la RSE en las Pymes.....	22
4.2.	La RSE como fuente de competitividad para las pymes	23
5.	Aplicación de la RSE por medio del modelo Balanced scorecard	24
6.	Conclusiones del capítulo	26
CAPITULO II “INCORPORACION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL”		28
1.	Introducción al capítulo	29
2.	Normativa sobre la aplicación de la RSE.....	30
3.	Aplicación de la RSE.	30

3.1.	Estudios de la RSE en las grandes empresas.	33
3.1.1.	Red FORUM EMPRESA	34
3.1.2.	Estudio Internacional MORI.....	36
3.1.3.	Ranking Fundación Pro Humana.....	38
3.2.	Como aplicar la RSE en las PYMES	40
3.2.1.	Estudios de las PYMES de Chile.....	42
3.2.2.	Casos destacados de PYMES responsables socialmente.	43
A.	Premio SOFOFA Responsabilidad Social	44
a.	Premio SOFOFA Responsabilidad Social 2007	45
b.	Premio SOFOFA Responsabilidad Social 2008	46
c.	Premio SOFOFA Responsabilidad Social 2009	47
d.	Premio SOFOFA Responsabilidad Social 2010	47
4.	Conclusiones del Capitulo	49
CAPÍTULO III “ESTUDIO DE LA APLICACIÓN DE LA RSE EN LAS PYMES DE LA CIUDAD DE VALPARAÍSO Y VIÑA DEL MAR”		51
1.	Introducción al capítulo	52
2.	Planteamiento del problema	53
3.	Metodología	53
4.	Muestra del estudio.....	54

5.	Encuesta estudio tesis	55
6.	Análisis de Resultados.....	56
6.1.	Análisis en relación al conocimiento que poseen los pequeños y medianos empresarios de la RSE.....	57
6.2.	Análisis en relación al nivel de aplicación de la RSE por parte de los pequeños y medianos empresarios.	60
	“Aportes y conclusiones finales”	63
	Bibliografía	71
	ANEXO I “Conformación de las PYMES en Chile”	74
	ANEXO II ISO 26000: “Una Guía en materia de Responsabilidad Social Empresarial”	76
	ANEXO III “Encuesta realizada a la muestra seleccionada”	79
	ANEXO IV “Tabulación y análisis de Resultados”	83

Resumen

La aparición de la RSE ha obligado a las empresas adaptarse constantemente y a las pymes a realizar un esfuerzo mayor por no quedar fuera de esta nueva gestión.

Según el estudio realizado a las pymes de Valparaíso y Viña del Mar, aún no cuentan con los conocimientos necesarios para introducirse completamente en este tema, sin embargo, con su experiencia han logrado incorporarla de manera efectiva según sus recursos se lo permiten.

Aunque las pymes no tienen grandes recursos económicos cuentan con diversas herramientas para realizar prácticas de RSE y obtener los diferentes beneficios de esta gestión.

Abstract

The emergence of RSE has forced companies to constantly adapt and pymes to make a greater effort to avoid being left out of this new management.

According to the study of pymes in Valparaiso and Viña del Mar, still lack the knowledge necessary to enter fully into this subject, however, have managed to incorporate their experience effectively according as resources allow.

Although pymes do not have large economic resources have several tools to make RSE practices and obtain the various benefits of management.

Introducción

Con la evolución que ha tenido la administración de las empresas han ido surgiendo diversos temas que han obligado a los empresarios a mantenerse actualizados. Uno de estos temas que surgió en los últimos años fue la Responsabilidad Social Empresarial (RSE¹), la cual ha ido tomando una gran importancia en la diferenciación de las empresas de esta nueva era.

Las empresas siempre buscan obtener una diferenciación de su competencia aplicando nuevas técnicas que mejoren su rendimiento, pero existe un elemento que desde su constitución las hace diferente una de otra y es su tamaño, el cual se define por el nivel de facturación o el número de trabajadores que posee la empresa, por lo que se pueden clasificar como micro, pequeñas, medianas o grandes empresas. De todas estas empresas siempre han tenido una mayor facilidad de crecimiento las grandes empresas, sin embargo, en los últimos años las pequeñas y medianas empresas, conocida por la sigla PYME, han logrado tener un mayor posicionamiento en nuestro país llegando a ser un elemento cada vez más importante en la economía Chilena.

Es por esto que el siguiente trabajo quiere centrar su atención en la responsabilidad social empresarial y en las pequeñas y medianas empresas, siendo actualmente dos temas que han logrado tener una mayor relevancia y obtener un gran interés por partes de los empresarios, y poder realizar un estudio que combine ambas temáticas.

¹ RSE: Sigla que se utilizara en adelante para referirse al concepto de Responsabilidad social empresarial.

Por lo anteriormente expuesto es que esta investigación tendrá como base los objetivos que se presentan a continuación:

Objetivos

1. Objetivo general

Conocer el nivel de aplicación de la responsabilidad social empresarial en la filosofía de las pyme. Tomando como muestra pymes de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, mediante un estudio en base a encuesta, para demostrar que las pymes pueden alcanzar un crecimiento y una mejor forma de gestionar, logrando obtener los diversos beneficios que la RSE le proporciona.

2. Objetivos específicos

2.1. Obtener información sobre la responsabilidad social empresarial y sus implicancias en las diferentes empresas, mediante una investigación en libros, revistas online, páginas web y estudios relacionados.

2.2. Investigar, en base a estudios realizados, el nivel de aplicación y la importancia que presenta el ser responsable socialmente en una empresa latino americana, y como esto es criticado positiva o negativamente por el entorno interno o externo de la empresa.

2.3. Realizar un estudio para conocer el nivel de conocimiento y de aplicación de la RSE, por parte de los pequeños y medianos empresarios de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar y diagnosticar que tan responsable socialmente son y pueden llegar a ser las pymes.

CAPITULO I
“MARCO TEORICO”

1. Introducción al capítulo

Desde un comienzo las organizaciones han combinado su capital con el trabajo para poder lograr un incremento en sus riquezas y beneficios, pero para poder lograr alcanzar estos objetivos los empresarios no tenían una real conciencia de las repercusiones que tenían sus decisiones en su entorno interno ni tampoco en el externo, como por ejemplo en los trabajadores y familias, el medio ambiente, sus clientes y la sociedad en general que se ve involucrada con la empresa, lo que conllevó al surgimiento de diversas problemáticas sociales que repercutían en la compañía, como lo fueron el aumento de la pobreza, diversos problemas de salud, efectos adversos en el medio ambiente, lo que ocasionó que se le entregara una mayor importancia al cuidado de estos problemas y otros más.

La sociedad de hoy en día es más consciente de los efectos que tienen las prácticas que realizan las empresas, de la contaminación que provocan, la discriminación laboral que existe, los diferentes tipos de abusos a trabajadores, el trabajo infantil, entre otros, pero no solo se quedan en saber de estos efectos sino que también son personas más activas en defender lo que creen que es correcto, y esto ha ido de alguna manera obligando a las empresas adoptar un comportamiento más responsable.

Es por esto que surge el ser responsable con la sociedad, ya que las empresas deben ser capaces de ir adaptándose al medio en el cual van creciendo y con esto adaptarse a los cambios que presenta la conciencia colectiva que evoluciona cada día más, y así poder responder de una manera eficiente y eficaz

a cada una de las necesidades que presentan las personas y lograr mantenerse vigente con el paso de los años.

En el transcurso de este capítulo se expondrán los antecedentes necesarios para lograr comprender qué es la responsabilidad social empresarial y la evolución que ha tenido este concepto en las empresas, viendo los beneficios que han obtenidos con sus buenas prácticas y también los efectos que tiene el ser responsable socialmente, además conoceremos las diversas áreas que se tienen que preocupar los empresarios que implementan este concepto en sus empresas.

Pero el ser responsable socialmente no es una práctica solo para grandes empresas sino que también puede ser aplicada por las pymes quienes también pueden tener grandes beneficios con sus prácticas responsables, es por esto que veremos cómo ha sido el impacto que ha tenido la responsabilidad social empresarial en las pymes, los factores que han motivado este tipo de prácticas y los beneficios que se pueden obtener aplicando la RSE en las estrategias que se utilizan a diario.

2. Responsabilidad social empresarial

El concepto de responsabilidad social empresarial ha venido tomando un rol importante en las empresas ya hace varios años y actualmente es un factor primordial en la toma de decisiones que hace que su aplicación sea cada vez más frecuente en el sector empresarial, llegando a ser una forma muy efectiva de lograr diferenciarse de la competencia.

Debemos tener claro que la responsabilidad social no es algo sencillo que solo involucra decisiones del ámbito administrativo si no que también incluye diferentes áreas como lo son lo social, recursos humanos, medio ambiental, ética, entre otras, la mayoría se basan en buscar el beneficio de los empleadores sin despreocuparse de sus trabajadores y también de la comunidad que se ve involucrada con la empresa ya sea de una manera directa o indirecta.

Sin dejar de lado que para los empresarios no es una obligación el incluir la responsabilidad social en sus estrategias, ya que su aplicación es de carácter voluntario para aquellas empresas que buscan conseguir un desarrollo sostenible y eficaz, dicho de otra forma es un compromiso libre que se adquiere de manera proactiva para poder dar una solución a los problemas que la afecten, preocupándose de todo el entorno que la rodea.

A pesar del carácter voluntario con el paso de los años cada vez se hecho más exigible por parte de una sociedad que ha ido tomando más conciencia e interés en defender sus derechos, su dignidad, la protección del medio ambiente, la corrupción y exigir un debido trato con el respeto que se merecen, lo que ha ido

afectando la conciencia moral de algunos empresarios generando una presión para ser responsable con la sociedad.

Las principales responsabilidades que deben tener en cuenta una empresa se relacionan con los dos entornos que la rodean el interno y el externo, por lo que se ven afectados y a la vez beneficiados diversas personas como por ejemplo con sus trabajadores, la comunidad, acreedores, inversionistas, entre otros que se ven afectados, algunos puntos de importancia en este tema se detallan a continuación:

- Mantener siempre las condiciones justas y necesarias para poder entregar un producto y/o servicio adecuado a la comunidad que lo demanda
- Ser capaz de reconocer la dignidad de las personas y respetarla al igual que cada uno de los derechos que poseen.
- Mantener las condiciones de trabajo dignas, dando énfasis en mantener la seguridad y salud laboral que necesitan los trabajadores para cumplir con sus labores e ir logrando un desarrollo humano y profesional en el tiempo que trabajen en la empresa.
- Conseguir que el aumento de riquezas y beneficios que buscan se realicen de la manera más eficaz y eficiente que se pueda.
- Ser capaces de distribuir de manera equitativa todos aquellos beneficios y riquezas que se obtienen en la empresa.
- Aplicar todos los métodos posibles para lograr minimizar la producción de residuos y utilizando de manera adecuada los recursos naturales y energéticos, respetando el medio ambiente y evitando cualquier tipo de contaminación que se pueda producir.

- Regirse por las leyes, normas, reglamentos y costumbres que guían cada una de las funciones de la empresa, haciendo respetar cada una de ellas, en especial los contratos convenidos y los respectivos compromisos adquiridos.
- Realizar el mayor esfuerzo por lograr que la empresa pueda crecer dentro de su industria y alcanzar cada vez un mayor posicionamiento.

2.1. Definiciones de la Responsabilidad Social Empresarial

La RSE es un concepto que va cambiando en relación a las diversas áreas que se ven involucradas y va evolucionando de diferentes maneras por lo que no es posible tener una única definición de este concepto, es por esto que existen diversos organismos especialistas en este tema quienes han entregado algunas definiciones que aclaran de que trata la responsabilidad social empresarial y según sus aportes se puede definir de la siguiente manera:

- *“Como una contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida de toda la comunidad”²*
- *“El conjunto de prácticas que asumen las empresas con la finalidad de armonizar y lograr un equilibrio entre las dimensiones de rentabilidad económica, derechos humanos, bienestar social y protección ambiental”³*
- *“Es una visión de negocios que integra el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el medioambiente con la gestión misma de la*

² Fundación PROhumana (1997) “¿Qué es la responsabilidad social empresarial?”. <http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60>

³ Baltera, Pablo y Díaz, Estrella (2005)

empresa, independientemente de los productos o servicios que ésta ofrece, del sector al que pertenece, de su tamaño o nacionalidad”.⁴

2.2. Dimensiones de la RSE

Para poder incorporar la RSE en las estrategias empresariales y en el desarrollo de las actividades es necesario tener claro los diferentes actores que se ven involucradas en la relaciones que crea la empresa, es por esto que se identifican una dimensión interna y otra externa.



2.2.1. Dimensión Interna

Las primeras estrategias de RSE deben comenzar a aplicarse en el interior de una empresa, “...en virtud de la coherencia en la gestión, antes de desarrollar una política de RSE con los públicos externos las empresas deben “partir por casa”, es decir implementar una política de responsabilidad social con su propio capital humano (los empleados)”⁵.

⁴ Centro Mexicano para la Filantropía. “El concepto de la responsabilidad social empresarial” <<http://www.cemefi.org/esr/pdf/EI%20concepto%20de%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20vers08.pdf>>

⁵ La RSI y su necesaria gestión en las empresas <<http://responsabilidadsocial-interna.blogspot.com/2008/09/la-rsi-y-su-necesaria-gestin-en-las.html>>

Es por esto que la responsabilidad social empresarial se enfoca en el interior de la empresa basándose en una perspectiva del interés social antes que de la rentabilidad que se puede generar, lo que implica mantener un registro y una preocupación constante de la salud de cada uno de los trabajadores y de su seguridad en las actividades que realizan a diario en la empresa, además de estar constantemente motivando y brindando las oportunidades para la formación y participación de su personal.

Dado que los empleados de una empresa son el recurso más importante y necesario, la responsabilidad social empresarial interna busca dar los elementos necesarios para crear y motivar a generar el clima laboral más propicio que se pueda entregar a las personas y que éste se rija según la legislación laboral de cada país.

Existen algunas motivaciones que puede tener la empresa para enfocarse en la aplicación de la RSE interna como lo son el lograr tener una fidelidad y un mayor compromiso de parte de sus trabajadores, establecer mejor comunicación al interior de la empresa, y lo que ayudaría a tener un mejor clima laboral logrando aumentar la productividad y por ultimo tener una mayor identificación con la cultura de su organización.

2.2.2. Dimensión Externa

Así como la empresa debe preocuparse de ser socialmente responsable en su interior también debe ser capaz de ver como las estrategias que aplican afectan de alguna forma a personas o empresas que se relacionan de manera directa o indirectamente al funcionamiento de la compañía o que simplemente no tienen ninguna conexión. Es por esto que la RSE tiene también una parte externa en

donde se ven afectados los clientes, proveedores, socios comerciales, la competencia, y en si a toda la comunidad en general.

En lo que tiene relación con sus clientes la empresa debe ser capaz de lograr garantizar la seguridad y la calidad de los productos que ofrece, además conocer y estar al tanto de la fidelidad y satisfacción de sus proveedores, saber identificar las oportunidades para establecer alianzas con sus organizaciones y que estas alianzas creen valor para sus clientes.

Sin embargo, una empresa debe estar a diario compitiendo para ser la mejor y la pionera en los productos de su rubro, pero no puede olvidar que todas sus decisiones se basen en buenas prácticas guiadas por sus valores establecidos y promoviendo la RSE.

Para lograr preocuparse de estos temas que atiende a diario la empresa, se debe ser capaz de mantener canales eficientes de comunicación con todos los que se mantiene alguna conexión con los diferentes procesos de la empresa.

La compañía que se hace responsable con su entorno logra mejorar su imagen corporativa, tiene una mayor fidelidad por parte de sus clientes y proveedores, y aumentan sus oportunidades de crear alianzas con otras empresas que mantienen dentro de sus objetivos el ser responsables socialmente.

2.3. Componentes de la RSE

La RSE no se puede definir de una manera estricta ya que dentro de este concepto se encuentran varios elementos que se ven involucrados en diferente medida, a continuación se definirán los componentes principales que podemos encontrar en este lineamiento.

2.3.1. Protección Ambiental

Este punto no solo pasa por que las empresas cumplan las diferentes regulaciones vigentes en nuestro país sino que también se relacionen con las diferentes iniciativas que se realizan para mejorar la calidad del medio ambiente, buscando minimizar el impacto ambiental que tienen las diferentes soluciones que aplican y haciendo que la utilización de recursos naturales dentro de sus procesos sean de manera consciente y responsable.

2.3.2. Derechos de los trabajadores

Los empresarios deben ser capaz de reconocer y respetar los derechos que tienen cada unos de sus trabajadores sin importar el cargo que ocupen de manera de no dar cabida a la discriminación en el empleo u ocupación, además debe fomentar la eliminación de las diferentes formas de trabajo forzado y obligatorio y hacerse participe para contribuir la eliminación de trabajo infantil,

2.3.3. Derechos humanos

Como veíamos anteriormente las practicas de la empresas pueden afectar los derechos de sus trabajadores, pero este componente va mas allá de solo los empleados también busca que la empresa se preocupe por los derechos y dignidad de la comunidad que lo rodea, desarrollando lugares de trabajo libre de discriminación en donde se pueda mejorar constantemente el aprendizaje según las conductas profesionales correctas, entregándole a la comunidad la posibilidad de surgir y poder mezclar el trabajo con otras aspectos de su vida.

2.3.4. Participación Comunitaria

Hoy en día es muy conocido que las empresas auspicien diferentes eventos sociales, y que varias acciones que son tomadas por la compañía vayan en pleno beneficio de la comunidad aportando dinero, tiempo, personal, productos, servicios, conocimientos técnicos o cualquier otro tipo de recurso que se pudiera necesitar para mejorar la calidad de vida de la comunidad, a pesar de esto es ser responsable con la comunidad va mas allá de solo entregar los elementos sino que también llama a que la empresa se mezcle y se haga de alguna manera consciente y responsable de algunos y varios de los problemas que aquejan a la comunidad y con mayor razón si alguno de ellos es o fue ocasionado por algún acto producido por la empresa.

2.3.5. Mercadotecnia e imagen

Este punto tiene una mezcla entre la distribución de los productos y el mantener un mercado bajo normas éticamente aceptadas, ya que la empresa se encuentra obligada moralmente a ser honrada y sincera con sus demandantes, en todo lo que respecta a la fijación de precios, calidad y seguridad de sus productos, facturaciones y mantener una privacidad de sus consumidores.

Además de esto la empresa debe preocuparse de que el etiquetado de sus productos sea el correcto al igual que su empaque, que sus prácticas de ventas sean las más adecuadas y que siempre se desarrolle una publicidad fidedigna, sin embargo el punto más importante se centra en que la fabricación, producción y entrega de su producto se rija por el proceso más propicio y de manera íntegra.

2.3.6. Desarrollo empresarial y económico

Siempre los empresarios deben estar preocupados del desarrollo económico y también empresarial de su compañía, deben ser capaces de lograr siempre que su empresa vaya constantemente progresando y no quedando atrás con cada uno de los avances que ocurren a diario en un ritmo de vida que va cada vez cambiando más rápido.

Deben preocuparse de mantener siempre un espíritu emprendedor, mantener una competitividad, lograr desarrollo económico en sus finanzas y tener la capacidad de gestionar de manera eficiente sus economías emergentes.

2.3.7. Educación y desarrollo del liderazgo

Uno de los elementos claves del desarrollo sostenible y principal de todo progreso es la educación, es por esto que las empresas deben trabajar en conjunto con la sociedad para ir mejorando constantemente la calidad de la educación y que esta sea cada vez más accesible para todos, esto también pasa al interior de la empresa en donde se mejora los estándares de la educación corporativa, facilitando el acceso a sus trabajadores para que se capaciten constantemente y mejoren así su productividad.

Como podemos apreciar la RSE no es un tema tan sencillo o simple, ya que se relaciona con diferentes áreas de la empresa, pero esto también es una ventaja ya que los empleadores o dueños de las compañías tienen la ventaja de identificar que punto es más necesario u ordenarlo según sus prioridades. Sin embargo, debemos tener en claro que todos los puntos se relacionan entre sí, no se puede enfocar solo en uno y restarle importancia a las otras áreas.

2.4. Objetivos de la RSE

En un contexto general la RSE engloba tres grandes principios en donde se resumen todos los valores y procesos que la empresa debe realizar con el fin de reducir todo daño ocasionado por algunas o todas sus actividades y se preocupen de crear valor en el plano económico, social y medioambiental, estos tres planos mencionados anteriormente son los grandes objetivos que busca la RSE y que conforman el Triple Bottom Line.

Los principales objetivos que plantea la aplicación de la RSE, se dividen en:



- **Económico**

Este objetivo tiene relación directa con las diferentes exigencias que presentan los accionistas, ya que estos son los primeros a quienes debe responder la empresa, limitando las inversiones no productivas de manera de entregar resultados financieros en un corto plazo y además anular inmediatamente las inversiones que pueden presentar algún tipo de riesgo y que se gestione de la mejor manera.

- **Social**

Dentro de este objetivo se encuentran las obligaciones que presenta una empresa con la comunidad que se ve involucrada, comunidad que actualmente demanda mayor seguridad en su trabajo, un empleo con condiciones aceptables que se realicen con prácticas de contratación transparente y equitativas, y también sin dejar de lado que demanda una mayor participación por parte de los empleados en ciertas decisiones de la empresa.

- **Medio ambiental**

Principalmente la empresa debe cumplir con todas las legislaciones vigentes en cada país en lo que respecta el medio ambiente, pero además debe tener en consideración diversos aspectos relevantes a la gestión de residuos, los elementos y características de sus envases y embalajes, la manera en que recicla los deshechos que generan, y especialmente en el consumo responsable de energía, tema que actualmente ha ido tomando gran importancia.

2.5. RSE y ética

Existen diferentes razones que hacen que las empresas decidan ser socialmente responsables, algunos basados en un enfoque racional en donde se entiende la RSE como una tarea externa a la principal función que mantienen la empresa- el maximizar recursos y beneficios económicos- y se entiende que la RSE es un facilitador para alcanzar este objetivo.

Por otra parte existen otros enfoques que van más allá de recursos financieros y se enfocan en la identidad de la empresa e innovación, es por esto que el objetivo economista pasa a un plano igualitario a los diferentes objetivos

que se plantee la empresa que presente una proyección social, logrando conseguir una propia identidad corporativa y diferentes valores que hacen diferenciarla de su competencia, respondiendo de una manera éticamente fundada.

Existen diferentes valores éticos que deben ser considerados como un pilar fundamental en el crecimiento de la empresa y ser los lineamientos principales en las tareas que buscan alcanzar los diferentes objetivos planteados. Algunos de ellos son:

✓ **Identificación:** tener y mantener una identidad corporativa de acuerdo al conjunto de valores y principios que rigen las acciones de la empresa y que contribuyendo al desarrollo de la labor y crecimiento.

✓ **Equidad:** siempre se debe mantenerse un trato igualitario y justo con todas partes que se vean involucradas en las acciones empresariales.

✓ **Participación:** lograr establecer los canales de comunicación e integración con cada unos de sus empleados, valorando todo el trabajo que ellos entregan a la empresa.

✓ **Transparencia:** ser capaz de entregar información completa, relevante y por sobre todo real a cada una de las partes involucradas, accionistas, empleados, clientes, proveedores, comunidad, etc.

✓ **Desarrollo:** motivar a la formación y crecimiento de sus empleados tanto en un plano profesional como también en un plano personal.

3. Evolución de la RSE

3.1. RSE en el mundo

Los primeros actos que manifiestan prácticas responsables socialmente se remontan a los años 50 y 60, ya que antes solo se hablaba de la caridad del empresario cuando realizaban donaciones o alguna acción con la comunidad, pero no se vinculaba con la empresa.

Luego en los años cincuenta se implementaron varios mecanismos tributarios que hacían que las empresas realizaran aportes caritativos logrando así aumentar sus beneficios.

Ya en los años sesenta salieron diferentes ideas que llamaban a ser responsables socialmente por parte de grandes empresarios, como por ejemplo David Rockefeller del Chase Manhattan, Thomas Watson de IBM, entre otros. Y fue aquí en donde este concepto tomo un mayor realce y adquirió una mayor connotación como respuesta a variadas demandas provenientes de distintos sectores de la economía mundial.

De esta forma fue surgiendo la preocupación por la RSE a partir de los diferentes grupos que tienen relación con la empresa accionistas, inversionistas, clientes, trabajadores y algunos movimientos globales que ya se hacían participe y cargo de las tareas que se vincula con este tema, por ejemplo la ONG y la fundación Pro humana.

Es por esto que no se puede definir una fecha exacta del origen de esta nueva tendencia que comienza a marcar las decisiones de los empresarios,

haciendo que tomen mayor conciencia y participación en beneficio de un desarrollo económico sustentable y exitoso,

Existen documentos que datan del siglo XIX y que dan fe cierta a acciones que realizaban las empresas en beneficio de sus trabajadores.

En la evolución que ha presentado la RSE han sido factores claves los diferentes avances tecnológicos, como por ejemplo Internet el cual abrió a las sociedades y obligo a las empresas a mantener una mayor transparencia en sus transacciones. Otro factor influyente fue la globalización, quien ha ido dejando una evidente brecha entre los diferentes niveles de tecnología que poseen las empresas, lo que las impulso fuertemente a tomar atención y responsabilidad en este tema.

Hoy en día la RSE se ha institucionalizado por medio de varios organismos alrededor del mundo, que han logrado hacer que ya se hable de esta práctica como una manera sólida de sustentabilidad, existiendo grandes documentos y guías que sirven como directrices para lograr implementar adecuadamente este concepto y lograr obtener los mayores beneficios y además la organización internacional de estandarización establece una guía con lineamientos en esta materia los cuales serán establecidos en la norma ISO 26000, la cual fue publicada en Noviembre del 2010.

Las empresas han comprendido con el paso de los años que la capacidad de permanecer en este mundo cambiante y complejo no solo dependerá de asuntos comerciales que durante varias décadas fue el principal motor de las compañías, sino que de la capacidad de adaptación que tengan frente a los cambios de su entorno.

3.2. RSE en Chile

A mediados de los años noventa el concepto de RSE se hace notar en Chile por medio de acciones de la fundación Pro humana junto a una alianza con el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), quienes bajo esta alianza lanzaron un documento conceptual respecto a la comprensión que se debe tener sobre la RSE, luego han sucedido diversos estudios al respecto siendo una de las instituciones pioneras en relación al posicionamiento de este tema en Chile.

En el mundo empresarial de nuestro país la RSE ha tenido una adaptación de manera desigual debido al impacto de la globalización, los diferentes cambios en las organizaciones y el rol de las organizaciones tanto a un nivel macro como micro.

A pesar que se ha mostrado un cambio en el modo de adoptar los problemas sociales por partes de las empresas diversas encuestas demuestran que existe una desconfianza sobre el compromiso que tienen los empresarios frente al desarrollo social.

En nuestro país la RSE se mide basándose en algunos parámetros que logran ver que tan responsable en una empresa actualmente, los cuales se guían por el trato que se le entrega a sus trabajadores, en el impacto ambiental que tienen sus procesos o industrias, el nivel de compromiso que presenta con la comunidad, la reputación empresarial que presente, y por último la imagen que mantiene su marca en la sociedad.

4. RSE y su implementación en las pymes

Como ya hemos visto el ser responsables socialmente otorga diversos beneficios a las empresas como mejorar la percepción positiva que tienen las personas sobre las diversas actividades que realiza la empresa, agregar valor a la marca lo que ayudara a incrementar las ventas, utilidades y además ayuda a mejorar la relación con los proveedores, ahora bien tenemos claro los diversos beneficios que nos puede entregar pero ¿El ser responsable socialmente es solo para grandes empresas o también puede ser implementadas por las pequeñas y medianas empresas (PYMES ⁶) ?

Actualmente la responsabilidad social es un aspecto en la gestión empresarial y con la evolución que ha presentado en las grandes empresas ha ido surgiendo la necesidad de avanzar en los procesos de adopción de la RSE en las pequeñas y medianas empresas, para lo cual se hace indispensable el tener herramientas que ayuden a realizar este proceso de manera eficiente y eficaz adecuándose a la realidad de cada empresa.

El concepto de la RSE se encuentra lejano en la mayoría de las pymes en nuestro país, las cuales creen que esta estrategia es solo de grandes empresas debido a las variadas prácticas, las cuales consideran que no se encuentran a su alcance por no tener las capacidades económicas y organizativas que se necesitarían.

Las pymes son una fuente importante generadora de empleo para un gran número de personas, y son un factor clave en el desarrollo del país, la última cifra

⁶ Para mayor información revisar Anexo N°1

oficial que se tiene data del año 2006 en Chile en donde se considera 83.347 pymes, de las cuales el 86 por ciento son clasificadas como pequeñas mientras que el otro 14 por ciento son medianas empresas, lo que equivale al 38 por ciento del empleo total de nuestro país⁷, es por esto que están importante que las pymes incorporen la RSE en sus estrategias.

4.1. Factores que motivan la aplicación de la RSE en las Pymes

Como ya hemos logrado visualizar la responsabilidad social también es un concepto alcanzable para las pymes, quienes obtienen diversos beneficios que motivan a implementar este concepto, ahora si bien las principales motivaciones que han tenido las pymes Chilenas que han ido incorporando esta forma de actuar en su gestión de negocios últimamente se ha debido a motivaciones innatas, intuitivas o por alguna motivación personal de sus dueños, lo que no implica que existan otros factores que influyen en la decisión de ser responsables socialmente.

Hoy en día varias pymes han desarrollado un Reporte de Sostenibilidad para dar a conocer a las partes involucradas los avances que han presentado en su gestión, lo que refleja que la pequeña y mediana empresa también puede ser capaz de mostrar una transparencia en su desempeño y una preocupación social, respondiendo de la manera más adecuada y eficiente a las señales del mercado.

La mayoría de estas empresas buscan conseguir un beneficio por parte de esta forma de gestionar, y además del beneficio económico también lograr alcanzar un beneficio social, la aplicación de la RSE en las pymes puede beneficiar a las pymes con:

⁷ Datos obtenidos de “Encuesta anual a las Pequeñas y Medianas Empresas 2006” realizada por el INE

- ✧ Mejorar la imagen de su empresa ante la comunidad
- ✧ Lograr un posicionamiento y diferenciación de marca
- ✧ Fidelizar a los clientes actuales y la captación de nuevos clientes
- ✧ Mejorar la comunicación interna
- ✧ Permitir acceder a nuevos segmentos de mercado
- ✧ Mejorar la relación con sindicatos y administración pública
- ✧ Reducir costos de operación
- ✧ Atraer inversiones éticas
- ✧ Aumentar la fidelidad y compromiso por parte de sus trabajadores

4.2. La RSE como fuente de competitividad para las pymes

Las pymes deben comprender que la RSE es una forma práctica de obtener una ventaja competitiva en su negocio, esta responsabilidad solo será creíble si se obtienen resultados y que estos sean coherentes.

Ahora es sumamente importante saber que para que la pyme pueda obtener una ventaja por parte de la responsabilidad social, la innovación en la forma de aplicar este tema pasara a ser un factor clave debido a que todas las estrategias que se realicen para poder fomentar la responsabilidad social tendrán que ser moldeados a la manera de cómo funciona la empresa, por lo tanto no se puede adoptar el funcionamiento y llegar e implementar las actividades realizadas por otras empresas, que puede tener diferente tamaño, organización, rubro o tipo de trabajadores lo cual afectara directamente en los resultados.

5. Aplicación de la RSE por medio del modelo *Balanced scorecard*

El balanced scorecard (BSC) es una técnica que ayuda a las empresas a cambiar la estrategia de acciones, logrando proveer a la gerencia del conocimiento necesario de las diferentes operaciones que tiene su negocio y con su metodología facilitar la comunicación y el entendimiento de las metas de cada negocio y las diversas estrategias que pueden presentar en los diferentes niveles de organización, este modelo es uno de los más utilizados actualmente en lo que es la gestión estratégica.

Consta de 5 principales etapas:

- 1.- Formular la Visión de la Organización.
- 2.- Formular la Estrategia.
 - 2.1 Definir la oferta de valor.
- 3.- Establecer objetivos según las perspectivas del cliente, financiera, los procesos, el aprendizaje y el crecimiento.
- 4.- Establecer indicadores y metas en una relación de causa efecto.
- 5.- Establecer iniciativas para la acción.

Esta herramienta, aporta de diversas maneras a lo que es la aplicación de la responsabilidad social, pero además se destaca por su sencillez a la hora de comenzar a gestionar los intangibles en las empresas, es por esto que se pueden trabajar en la gestión de la RSE en forma conjunta.

A pesar que los estudios para implementar estrategias sociales y medio ambientales en el BSC, Johnson en el año 1998 plantea una propuesta que logra

identificar y seleccionar los indicadores de comportamientos medioambientales a través de este modelo, para lo cual analiza cuatro perspectivas y a cada una le asigna un objetivo estratégico diferente, en cada una de ellos se puede asignar objetivos que formen parte de algún componente del ámbito social o medioambiental.

Johnson decide incorporar esta línea estratégica en un enfoque hacia el cliente de la empresa, para así lograr recoger las diversas relaciones con los reguladores, administradores, organizaciones, vecinos, entre otros. Esta línea estratégica presenta una gran ventaja por considerar de manera equilibrada los diferentes objetivos ya sean de un carácter interno como también externo, que tengan relación directa con la RSE.

Se debe tener especial cuidado en la elección y selección de los indicadores que sean más adecuados para los objetivos que queremos estudiar y conocer su grado de avance, es por esto que en esta tarea debe participar la dirección de la empresa en conjunto con las personas que son responsables y que estén involucrados en el proceso de diseño e implementación de este modelo.

Por último el modelo balanced scorecard nos puede ofrecer diversas soluciones dependiendo del tipo de indicador que utilicemos, de manera de integrar la RSE como una línea estratégica, como una nueva perspectiva o como una definición de algún objetivo.

6. Conclusiones del capítulo

Un empresa que tiene como base el compromiso social en cada una de las decisiones que toma, es una empresa socialmente responsable, la cual transformara su cultura empresarial incorporando de manera voluntaria diversos valores éticos en las prácticas que realiza, respetando el medio ambiente, sus trabajadores y la comunidad en general, preocupándose de que ninguna de sus acciones tenga un impacto negativo en su entorno interno o externo.

El ser responsablemente social no pasa solo por cuidar el medio ambiente sino que tiene una dimensión interna tan importante como la externa, en donde el empresario debe ser capaz de preocuparse de entregar un ambiente laboral adecuado a sus trabajadores, respetando sus derechos y dignidad, lo que se vera reflejado en sus familias y la sociedad en general.

La responsabilidad social empresarial involucra diferentes dimensiones como por ejemplo la protección ambiental, derecho de los trabajadores, participación comunitaria, mercadotecnia e imagen, desarrollo empresarial y económico, la educación y desarrollo del liderazgo, los cuales en su conjunto hacen mejorar la imagen positiva de la empresa por parte de sus clientes, proveedores, accionistas, dueños y la comunidad en general.

Además la empresa que logra ser responsable con la sociedad de una manera confiable y coherente con sus prácticas, lograra agregar valor a su marca, será más eficiente, tendrá un mejor manejo de los recursos naturales y humano y además lograra reducir costos y ser más atractiva al mercado alcanzando una mayor fidelidad por parte de sus clientes y también logrando tener un mayor

compromiso de sus trabajadores con sus labores y así aumentar la productividad y posteriormente las ventas y su rentabilidad.

Las empresas grandes han logrado adaptarse de mejor manera a la implementación de la RSE, pero este concepto no solo es para un tipo de empresa sino que para todas, es por esto que actualmente las pymes han ido adoptando un comportamiento más responsable sin embargo aún es un concepto que se mantiene un poco ausente en este sector.

A pesar de esto las pymes no dejan de lado el involucrarse con la comunidad de una manera responsable enfocándose en aspectos claves y que están directamente relacionados con las acciones que ejercen y que repercuten en el desarrollo de ésta y sus comunidades, haciendo que la responsabilidad social pase a ser un factor fundamental a la hora de hacer negocios.

Como consecuencia, la adhesión a este enfoque empresarial se convierte en una ventaja competitiva para toda aquella empresa que decida implementarlo, pero además de beneficiar a la empresa, también beneficia a la sociedad en su conjunto.

CAPITULO II
“INCORPORACION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL”

1. Introducción al capítulo

Como logramos comprender en el capítulo anterior la responsabilidad social empresarial proporciona diferentes beneficios a las empresas que son capaces de adaptarla e integrarla en su filosofía empresarial, sin embargo algunas empresas no han sido capaces de lograr adaptarse a esta nueva administración responsable.

Es por esto que este capítulo tiene como objetivo mostrar, en base a estudios ya realizados, la importancia que presenta el ser responsable socialmente en las diferentes empresas, y como esto es criticado positiva o negativamente por el entorno interno o externo de la empresa.

A continuación nos enfocaremos en estudiar la aplicación que ha presentado la RSE en las empresas durante el transcurso de estos todos estos años que se ha hecho presente. Destacando las empresas que lideran el ranking por ser las más responsables en Chile y también analizaremos el nivel de aplicación que ha tenido este tema en las empresas de mayor interés del presente estudio, es decir, las pymes.

Sin dejar de lado la reciente normativa que tiene la responsabilidad social empresarial en nuestro país y que sirve como una guía para todos los empresarios que se interesen en incluir esta administración responsable en sus prácticas, estamos hablando de la norma internacional ISO 26000.

2. Normativa sobre la aplicación de la RSE.

Actualmente en Chile no existe ninguna legislación que certifiquen las practicas responsables socialmente de las empresas, solo existen algunas leyes que se aplican a algunas áreas en particular y que a su vez se ven involucradas en la RSE, incentivando a las empresas a cumplirlas, a pesar que la única motivación que mantienen estas normativas es obtener beneficios económicos o tributarios, sin embargo desde septiembre del año 2004 un grupo de trabajo comienza a confeccionar una norma internacional para que funcione como documento guía para la responsabilidad social, esta normativa es lo que actualmente se conoce como ISO 26000⁸, la cual fue lanzada el primero de noviembre del 2010.

3. Aplicación de la RSE.

Actualmente existen variados matices respecto al ser responsable socialmente y cada vez el sector privado toma mayor consciencia de importancia que está adquiriendo esta temática, la cual obliga a conocer las necesidades sentidas de la población, contribuir a aumentar la calidad de vida de los grupos de interés y contribuir al medio ambiente, lo cual los obliga a tener una mayor pro actividad e innovación para incorporar la RSE en sus prácticas, que son cada vez más exigible por los diferentes actores que influyen en la gestión empresarial.

En la mayoría de los países de América Latina aun prevalece un enfoque filantrópico que se originaron principalmente en la fuerte influencia que presentan de la religión Católica, sin embargo, varios de estos países demuestran diferentes

⁸ Ver Anexo II ISO 26000 “Una Guía en materia de Responsabilidad Social Empresarial”

avances en lo que respecta la incorporación del concepto de la RSE, destacándose la asociación que tienen estos países del concepto de la RSE a la calidad de vida laboral, hecho que es más evidente en el caso de nuestro país. Cada país ha ido evolucionando en este tema según las situaciones que han ido experimentando y que ha hecho más o menos exigible este tipo de prácticas, en un contexto internacional la RSE ha sido fuertemente promovida por lo que obliga a las empresas que quieran competir en este mercado deban incorporar de manera más innovadora estas prácticas.

Las empresas Chilenas ha presentado una creciente y progresiva adopción de la responsabilidad social empresarial debido a que se ha convertido en un tema muy sensible en nuestra sociedad y por lo que se ha hecho muy importante para que las empresas puedan entregar un compromiso más sincero y leal con cada uno de sus grupos de intereses.

Los empresarios Chilenos han presentado diversas iniciativas vinculadas a la RSE que nos muestran la relevancia de esta temática en el país y ya diversas empresas han mostrado una gran adhesión a modelos e iniciativas mundiales de RSE. Algunas compañías emiten reportes de sustentabilidad bajo la modalidad del Global Reporting Initiative (GRI), mediante los cuales dan a conocer públicamente su desempeño económico, social y ambiental, en este tipo de reporte se destacan siete empresas Chilenas como lo son Codelco, Forestal Terranova, Endesa, Minera Escondida, Shell, Gerdau AZA y Chile tabacos.

Otras empresas ya han realizado una suscripción con los Acuerdos de Producción Limpia, y que según el consejo de producción limpia ya se firmado este acuerdo con 1.871 empresas pertenecientes a sectores productivos

importantes del país como por ejemplo: químico, productores de cerdo, vitivinícola, salmonero, celulosa, servicios de alimentos, entre otros.

Debido a la grandes motivaciones que presentan las empresas de realizar prácticas responsables en las diferentes áreas de la RSE en septiembre del año 2005 la Corporación Unitaria de Trabajadores (CUT) inaugura un Observatorio Laboral con el objetivo de mejorar la comunicación que existe entre los trabajadores y sus empleadores de manera que pueda aumentar su capacidad de negociación, cooperación e influencia de los sindicatos de las empresas e incrementar el dialogo con los diferentes actores que se ven involucrados, todo esto con la finalidad de promover el respeto a los derechos de los trabajadores, debido a su gran relevancia en la competitividad de las empresas y del país.

A pesar de que la RSE aun se encuentra en una etapa de iniciación en muchas empresas del país, según el ranking de índice de competitividad responsable 2007 (ICR), con un total de 108 naciones analizadas, Chile se encuentra en el lugar 24 con un ICR igual a 64, índice que se baso en una variedad de parámetros que cubrieron el clima y entorno laboral, la corrupción, asuntos sociales y ambientales, entre otros, siendo Chile el país de América Latina con mejor índice y superado solo por países desarrollados (Ver Imagen 3.1).

Indice de Competitividad Responsable (ICR) 2007

Pos	País	Abreviatura del país	ICR	Impulsores de políticas	Acción empresarial	Facilitadores sociales
1	Suecia	SWE	81,5	86,0	90,2	74,7
2	Dinamarca	DNK	81,0	89,9	86,9	76,6
3	Finlandia	FIN	78,8	83,9	84,1	76,7
4	Islandia	ISL	76,7	83,5	74,9	86,3
5	Reino Unido	GBR	75,8	88,8	75,9	76,6
6	Noruega	NOR	75,5	83,8	77,3	75,9
7	Nueva Zelanda	NZL	74,9	88,6	72,2	80,0
8	Irlanda	IRL	74,6	85,0	73,8	78,1
9	Australia	AUS	73,0	82,7	73,6	73,3
10	Canadá	CAN	73,0	83,7	72,5	74,8
11	Alemania	DEU	72,7	81,8	74,8	70,1
12	Países Bajos	NLD	72,6	81,6	75,0	69,5
13	Suiza	CHE	72,5	87,8	74,5	65,7
14	Bélgica	BEL	71,9	86,1	70,1	73,0
15	Singapur	SIN	71,3	83,7	74,4	63,5
16	Austria	AUT	70,9	84,1	71,6	67,2
17	Francia	FRA	70,1	76,9	69,2	73,6
18	Estados Unidos	USA	69,6	72,6	72,1	68,6
19	Japón	JPN	68,8	80,7	68,9	65,7
20	Hong Kong, China	HKG	68,3	84,5	68,9	60,6
21	Portugal	PRT	65,9	79,2	63,1	65,7
22	Estonia	EST	65,0	73,5	67,4	73,0
23	Eslovenia	SVN	64,1	76,0	61,3	63,7
24	Chile	CHL	64,0	80,3	65,4	67,9
25	Malasia	MYS	63,7	82,3	68,4	59,2
26	España	ESP	63,7	73,3	61,4	63,3
27	República de Corea	KOR	63,0	69,3	62,8	60,7
28	Sudáfrica	ZAF	62,5	75,8	66,9	61,3
29	Emiratos Árabes Unidos	UAE	62,4	75,1	63,6	52,1
30	Lituania	LTU	62,1	78,7	64,0	63,6
31	Israel	ISR	61,6	76,9	63,1	64,2
32	Italia	ITA	61,2	76,0	55,8	61,6

Imagen 3.1 - Fuente: Nueva Economía [en línea], Edición N° 714, 2008. "Competitividad Responsable" <<http://nuevaeconomia.com.bo/productos/revista-articulos/especial/competitividad-responsable/>>

En el año 2010 la escuela de negocios Suiza: Institute for Management Development (IMD) realizó un nuevo estudio en donde Chile a pesar de haber bajado del puesto 24 al 28 sigue liderando el ranking entre los países de Sudamérica.

3.1. Estudios de la RSE en las grandes empresas.

A pesar que la RSE se encuentra en diferentes etapas en cada uno de los países de América Latina, cada uno de ellos presentan una o más organizaciones que tienen como misión orientar a los empresarios que quiera realizar prácticas de responsabilidad social empresarial, mediante las cuales se han logrado realizar

diversos estudios para poder medir las diferentes repercusiones que tiene la responsabilidad social, como por ejemplo la percepción y la valoración que presentan los consumidores, el nivel de responsabilidad de las empresas de diferentes tamaños, las iniciativas que han tenido las empresas para innovar en este tema.

3.1.1. Red FORUM EMPRESA

Red FORUM EMPRESA (Empresas y Responsabilidad Social en América) es una alianza entre las diversas organizaciones que promueven la responsabilidad social de diferentes países, la cual fue fundada por la Organización

FUNDEMÁS en el año 1997 con el fin de ser intermediario entre estas organizaciones, actualmente cuenta con 12 organizaciones en 11 países y se encuentra en proceso de aumentar la red con organizaciones



Fuente: <http://www.empresa.org/>

locales en Colombia, Costa Rica, Honduras, Nicaragua y Paragua. Las organizaciones que conforman la Red FORUM EMPRESA son las siguientes:

- Argentina – Fundación del Tucumán <<http://www.fundaciondeltucuman.org.ar/>>
- Brasil – Instituto Ethos <<http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/Default.aspx>>

- Canada – Canadian Business for Social Responsibility < <http://www.cbsr.ca/>>
- Chile – Acción Empresarial < <http://www.accionrse.cl/>>
- El Salvador – Fundemas < <http://www.fundemas.org/>>
- Estados Unidos – Business for Social Responsibility < <http://www.bsr.org/>>
- Guatemala – CentraRSE < <http://www.centrase.org/>>
- México – Alianza para la Responsabilidad Social (AliaRSE) / Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) <<http://www.cemefi.org/>>
- Panamá – Fundación SUMARSE < <http://sumarse.org.pa/site/>>
- Perú – Perú 2021 <www.peru2021.org>
- Uruguay – Desarrollo de la Responsabilidad Social (DERES) <<http://www.deres.org.uy>>

La misión de la red FORUM EMPRESA es “*Articular y fortalecer a las organizaciones miembros en su objetivo de fomentar la responsabilidad social empresarial en sus respectivos países, favoreciendo entre ellas la interacción e intercambio*”⁹.

Los temas claves para EMPRESA, que también reflejan los temas claves del entorno internacional, son: Ética empresarial, ambiente laboral, medio ambiente, marketing responsable y compromiso con la comunidad.

En estos países se han realizado diferentes estudios, a continuación se presentan dos de ellos que nos permiten ver cuál es el nivel de aplicación que ha tenido la responsabilidad social empresarial en las grandes empresas y de manera especial en las Chilenas:

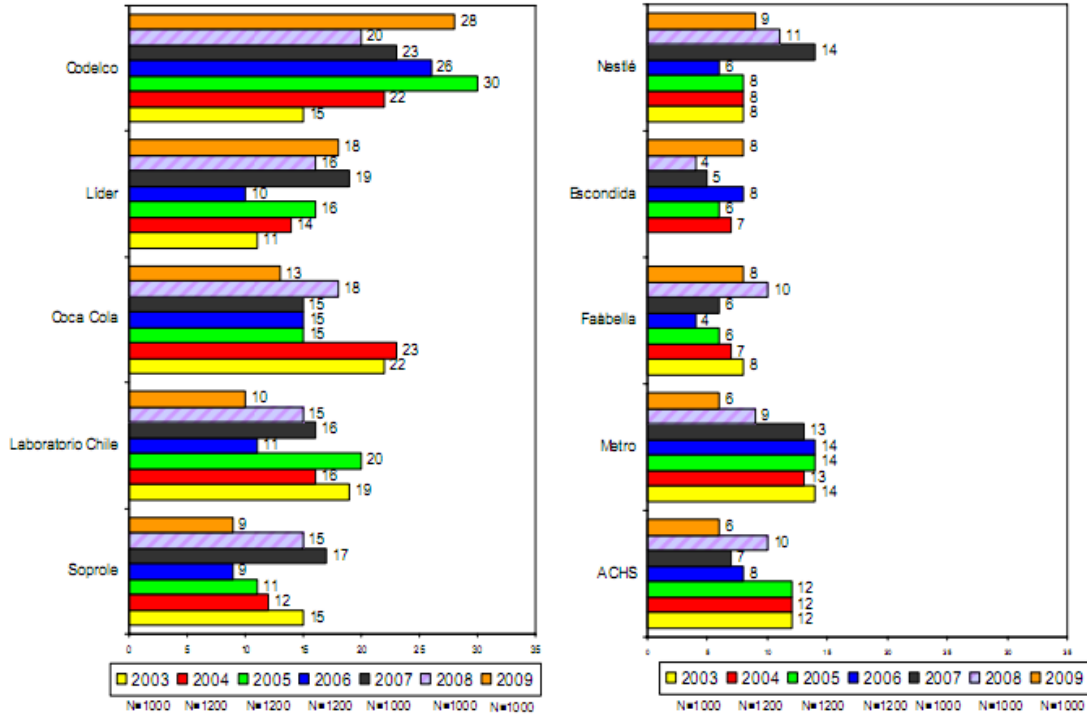
⁹ Misión Red EMPRESA (2009) <<http://www.empresa.org>> Quienes Somos, Misión y Visión

3.1.2. Estudio Internacional MORI

Este estudio se viene realizando desde el año 2001 por la consultora MORI Chile quien realiza anualmente el estudio Monitor de Responsabilidad Corporativa, cuya medición también se aplica en otros 30 países como por ejemplo Canadá, Brasil, México, Perú, España, Italia, China, Japón, Nigeria, entre otros, éste estudio se realiza bajo la coordinación de la empresa Globescan (Canadá) y se encarga de medir la percepción y valoración que tienen los diferentes consumidores de nuestro país frente a las empresas que mantienen conductas socialmente responsables.

El último informe entregado por la consultora MORI es el “Noveno Monitor de Responsabilidad Social Corporativo 2009” (Corporate Social Responsibility Monitor CSR, 2009), en donde Codelco, Líder y Coca Cola siguen liderando los resultados en relación a las compañías socialmente responsables a igual que en los años anteriores que se ha realizado esta encuesta y en el año 2009 estas empresas presentan un porcentaje de valoración de un 28%, 18% y 13% respectivamente.

LAS TOP TEN 2009



P. De la siguiente lista, ¿Cuál es la empresa chilena que Ud. considera como más responsable socialmente...? ¿Cuál es la segunda? ¿Y la tercera?
 *Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%
 **Pregunta exclusiva hecha en Chile desde el año 2003
 ***Se excluyen las categorías 'Ninguna', 'Otra', 'No sabe/No Contesta'
 FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

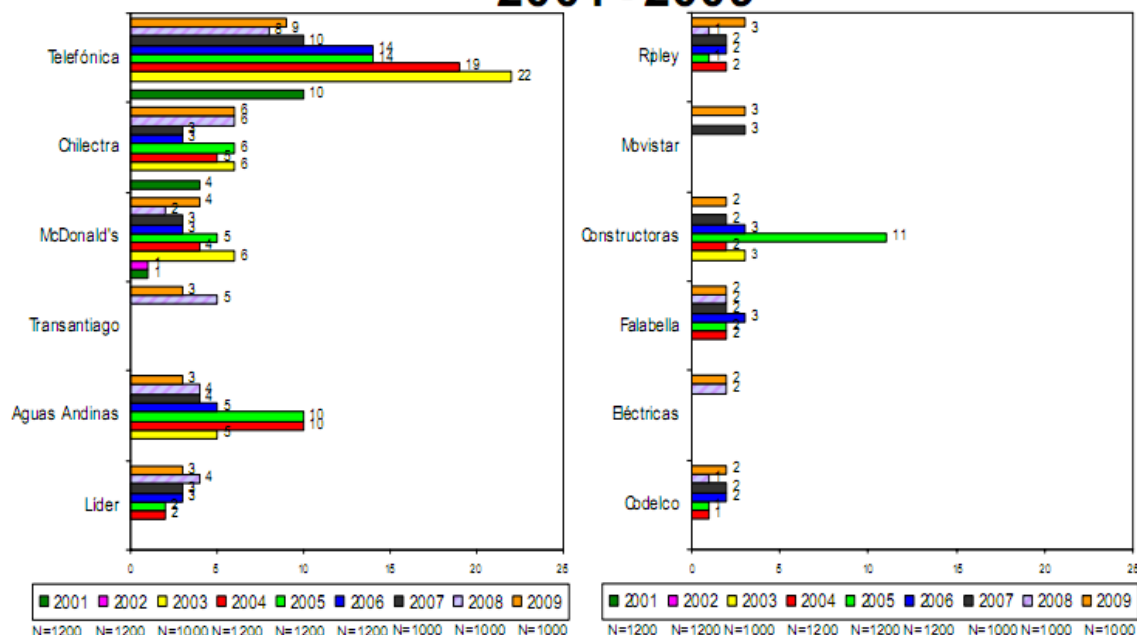
MORI - CSR

Fuente: Mori Chile/ CSR (2009)

A diferencia de estas empresas existen otras compañías que no son aún responsables socialmente, lo cual es percibido por la comunidad, y en este caso destaca la empresa Telefónica que ha liderado este ranking desde la primera vez que se realizó este informe en el año 2001, sin embargo su porcentaje negativo ha ido en disminución.

En el año 2009 la empresa Telefónica obtuvo un 9%, seguido por Chilectra con un 6% y posteriormente McDonald's con 4%.

GRANDES COMPAÑÍAS SOCIALMENTE NO RESPONSABLES I (PREGUNTA ABIERTA) 2001 - 2009



N=1200 N=1200 N=1000 N=1200 N=1200 N=1200 N=1000 N=1000 N=1000 N=1000
 P. Por favor nombre específicamente una compañía o empresa grande que se le venga a la mente como la que realiza un mal trabajo al satisfacer sus responsabilidades para con la sociedad, en otras palabras, una compañía que Ud. ve como no responsable socialmente * Aquí sólo empresas con 1% o más de menciones **Respuesta múltiple, los porcentajes suman más de 100%
 ***Se excluyen las categorías 'Otra', 'Ninguna', 'No sabe/No Contesta'
 FUENTE MORI CHILE / CSR 2009

MORI -CSR

Fuente: Mori Chile/ CSR (2009)

3.1.3. Ranking Fundación Pro Humana

La fundación pro humana cada año realiza el ranking RSE, el cual es una iniciativa pionera desarrollada en Chile y Latinoamérica. Esta herramienta permite que las empresas puedan ver sus fortalezas y compararse con sus competidores directos e indirectos para poder saber en qué nivel han logrado aplicar la responsabilidad social en su gestión empresarial.

Este ranking se realiza por medio de variables cuantificables evaluando las tres dimensiones que se ven involucradas en la responsabilidad social empresarial, que son el desempeño económico, social y ambiental, los cuales son evaluados por los trabajadores y la administración de la organización. En ese año se conto

con la participación de más de 40 empresas y se evaluó a más de 10.000 trabajadores, obteniendo una visión más cercana de cómo ven los empleados las prácticas de RSE en los diferentes ámbitos y así conocer como ellos valoran, conocen y cooperar con las prácticas de RSE en sus empresas.

A continuación se detallan las empresas que según los resultados obtenidos en esta encuesta se destacan por ser socialmente responsables (Fundación Prohumana, 2011¹⁰):

- **Sello de Oro:** Gerdau AZA, Chilectra, BCI y Oriencoop.
- **Sello de Plata:** Falabella Retail, Sodimac, BBVA Chile y Banco Santander.
- **Sello de Bronce:** Banco Estado Microempresas, Pacific Hydro; Endesa Chile, Autopista Vespucio Norte, CAP Minería, Natura Cosméticos y Mall Plaza.
- **Menciones Honrosas:** CGE Corporativo, Minera El Tesoro, Essbio, Universidad Autónoma de Chile, VTR y Universidad Católica del Norte.

Es así como se puede visualizar el interés que mantienen los empresarios de estar cada vez más insertos en esta temática y adquiriendo una mayor conciencia de los beneficios que le reportan las conductas responsables socialmente que pueden realizar sus empresas una vez incorporada al sistema de gestión. Por lo que claramente se ve reflejado el aumento en el interés que se tiene en esta temática y que hace que los enfoques empresariales se amplíen prestando atención a los actores que antes no eran tan tomados en cuenta,

¹⁰ Fundación Pro Humana (2011). Ranking RSE Prohumana 2011. <http://www.prohumana.cl/ranking_nacional_rse/ranking-2011>

haciendo que la RSE pase de ser un tema nuevo a ser un elemento esencial en la diferenciación, liderazgo y excelencia en la gestión empresarial.

3.2. Como aplicar la RSE en las PYMES

La responsabilidad social empresarial es una sola para todas las empresas, sin embargo dependiendo del tipo y tamaño de la empresa es como esta debería enfocar esta temática en su forma de gestionar su empresa y los puntos más importantes que se deben enfocar.

Para una pyme existen diferentes puntos al igual que las grandes empresas, sin embargo la escala de prioridad es diferente a continuación se presentan los puntos de mayor importancia en su respectivo orden para la implementación de la responsabilidad social empresarial:

- **Valores y coherencia:** en este punto se hace referencia a que las pymes deben mantener un comportamiento siempre ético, basándose en los valores que ellos establezcan para así orientar cada una de sus prácticas y hacer que sean lo más coherentes con la imagen que ellos quieren proyectar logrando establecer una relación sana con los diferentes públicos que se relacionan a diario, proveedores, consumidores, comunidad y el medio ambiente. Los valores más importantes que deben tener una pyme son transparencia, honestidad, confianza, eficiencia, entre otros.

- **Relación con los Trabajadores:** las pymes tienen la ventaja de que son conformadas por pequeños grupos de trabajadores, por lo cual pueden dar una mayor atención a cada uno de ellos y así haciendo que éstos respondan con mayor productividad al trato justo e igualitario que se les entrega. El objetivo

principal de este punto es fortalecer el crecimiento laboral y personal de sus empleados, de manera tal de promover el sentimiento de pertenencia que ellos tengan hacia la pyme haciéndolos más leal y comprometidos.

- **Relación con sus consumidores:** un elemento muy importante para toda empresa es el comportamiento de los consumidores ya que tienen una gran influencia en las ventas de las empresas, es por esto que una pyme debe cuidar aún más a sus clientes logrando su fidelidad y preferencia. Este punto no solo se relaciona con el trato que se le entrega al cliente sino que además con el producto y/o servicio que ellos reciben, su calidad, su forma de producción, su comercialización, etc.; lo cual debe ser de lo más transparente y leal posible a cada una de las demandas que realizan los clientes, quienes actualmente están mucho más consientes de sus derechos, las formas y procesos para defenderlos.

- **Relación con los proveedores:** en este caso los dueños de las pymes deben tener un especial cuidado debido a que al ser pequeñas o medianas empresas no poseen un alto nivel de negociación con sus proveedores, es por esto que los empresarios deben procurar establecer relaciones a largo plazo, promoviendo el compromiso activo de las dos partes que se ven involucradas y tratar de ayudar a la empresa proveedores a su propio desarrollo.

- **Relación con la comunidad:** tiene que ver con la forma en que la empresa se relaciona con los diferentes públicos que le son importantes para su crecimiento, su comunidad cercana y también la sociedad en la que esta inserta. A pesar que las pymes no poseen tantos recursos financieros como otras grandes empresas, estas pequeñas y medianas empresas pueden hacer un gran aporte

con los diferentes problemas o necesidades que presenten su comunidad, y así lograr generar relaciones de confianza y transparentes lo que permite a la pyme contar con una red de apoyo, lo cual es esencial para su éxito y desarrollo sustentable de su negocio.

- **Medioambiente:** todo tipo de actividad independiente del tamaño de la empresa puede afectar el medioambiente, es por esto que las pymes también deben tener presente este tema cada vez más relevante y centro de las críticas a las empresas. Los empresarios deben cuidar de no producir ningún tipo de impacto ambiental, él cual se puede dar por la generación de ruidos u olores contaminantes, botar los escombros, botar basura en la calle, y en caso de trabajar con productos peligrosos guardarlos y administrarlos de la manera más correcta para no realizar ningún tipo de contaminación.

3.2.1. Estudios de las PYMES de Chile.

Según estudios realizados en nuestro país muestran que los empresarios están conscientes que el comportamiento ético le entregara beneficios a largo plazo a sus empresas, por lo cual cada vez buscan la mejor forma de hacer una empresa rentable mediante prácticas responsables socialmente.

Sin embargo aun no existe una clara idea de lo que significa la RSE por parte de los pequeños y medianos empresarios, ya que la tienden a asociar con un concepto en particular, algunos conceptos con que la definen son con Recursos Humanos, responsabilidad, compromiso y cumplimiento, valores, imagen o prestigio, entre otros.

Aun la mayoría de las PYMES consideran que es más importante mejorar solo las condiciones de los trabajadores, sin embargo han realizado prácticas, aunque no a gran escala, pero que las hace ir incorporando poco a poco la RSE en su forma de administrar, como por ejemplo:

- Creación de misión y visión
- Practicas de promoción de salud en los lugares de trabajo
- Acceso a beneficios a trabajadores
- Generar constantes instancias de dialogo con los empleados
- Pequeñas mejoras para mitigar el impacto medio ambiental

El lado que se encuentra más alejado es generar prácticas para provocar acercamiento con la comunidad que lo rodea, pero muchos de los dueños han realizado alguna acción según la línea del negocio o actuar de la empresa, para apoyar las necesidades de la comunidad.

3.2.2. Casos destacados de PYMES responsables socialmente.

Como apreciamos anteriormente existen diversos casos de grandes empresas que se destacan por ser responsables socialmente, pero qué pasa con las PYMES como ha sido la evolución que han presentado en este tema, existen casos a destacar? Con lo ya estudiado hemos logrado entender que la RSE en un tema para todas las empresas sin importar su tamaño, es por esto que también existen algunos casos de pymes que son destacadas por la incorporación de la responsabilidad social en sus prácticas, las cuales han tenido diferentes formas de aplicar la responsabilidad social empresarial en las distintas áreas de la RSE.

A continuación se presentan algunos casos de los premios SOFOFA Responsabilidad Social, que nos demuestran que las pymes pueden llegar a ser tan o más responsables socialmente que las grandes empresas.

A. Premio SOFOFA Responsabilidad Social

Desde el año 1998 fundación SOFOFA otorga anualmente el premio SOFOFA responsabilidad social y que busca destacar a aquellas empresas que desarrollen prácticas de responsabilidad social con los grupos de interés de la RSE, premio que pueden aspirar todas las empresas que cumplan con los requisitos y postulen para obtener el galardón, la fundación trata de destacar año a año a una nueva empresa, por lo cual quedan inmediatamente excluidas las empresas que hayan ganado el premio en el transcurso de dos años anteriores a la postulación.

En el año 2004 el premio SOFOFA Responsabilidad Social tuvo la particularidad de ser otorgado por primera vez a una pyme, la empresa metalmecánica J. Riveros S.A.I.C. empresa que se destacó por mantener un compromiso permanente con la RSE, tanto en forma interna como externa, siendo pionera en estas prácticas y manteniéndolas durante toda su trayectoria. Esta empresa fue la primera en realizar acciones para la contratación de personas con discapacidad, en ese año alcanzaban el 5,5% de la fuerza laboral de la empresa y esta fue una de las iniciativas que llevaron a la empresa a obtener este premio, junto con tener un seguro de desempleo para sus empleados que se instauró en la década del 70, permanente apoyo a la educación técnico profesional y una gran cantidad y calidad de beneficios para sus trabajadores, por lo cual fue un reconocimiento unánime por parte del jurado.

“En definitiva -indicó el jurado que presidió Juan Claro- se trata de una pyme, de propiedad familiar, con una dotación de 360 trabajadores, con un compromiso de larga data con la RSE y cuya gestión demuestra que la responsabilidad social no es patrimonio de las grandes empresas o compañías internacionales y que su ejercicio es un activo para la reputación de una empresa en el mercado y hasta entre sus pares”¹¹.

En este año esta pyme resulto finalista junto a grandes empresas como lo son Soprole, Alusud, Empresas CCU y Entel.

En el año 2007 se creó una nueva categoría en el premio SOFOFA para poder premiar a las pymes que se destacaran en la innovación de prácticas de responsabilidad social empresarial.

a. Premio SOFOFA Responsabilidad Social 2007

Este año el premio recayó en la empresa Agrícola Santa Laura del Alto, empresa familiar que produce uva vinífera, ciruelas y duraznos. Su empresa se conformaba de 25 trabajadores y otros 35 empleados a plazo fijo en los periodos.

En esta empresa siempre se preocuparon de realizar cada una de sus prácticas rigiéndose por sus principios éticos y con la constante preocupación de promover el bienestar de los trabajadores de esta pyme.

¹¹ Fundación SOFOFA (2004). Comunicado de Prensa “ Empresa J. Riveros Recibió Premio SOFOFA Responsabilidad Social <<http://web.sofofa.cl/Noticias/empresa-j-riveros-recibio-premiosofofa-responsabilidad-social-2004/>>

“El gerente general de la empresa, José Ernesto Olmedo, expresó que este trabajo es replicable en otras empresas de similar tamaño. “Creo importante promoverlo, porque así haremos un Chile mejor”, añadió”¹².

b. Premio SOFOFA Responsabilidad Social 2008

Para este año en la categoría pyme participaron 16 empresas, en donde resulto ganadora Envases Orlandini S.A.C.I, empresa que se dedica a la fabricación de envases para el mercado nacional e internacional, y desde el año 2000 comenzó a incorporar practicas de responsabilidad. Fue una de las empresas pioneras en integrarse, en el año 2005, al piloto “Adopción de la responsabilidad social empresarial en las pymes” que fue impulsado por FOMIN-BID, CORFO y gremios empresariales como SOFOFA.

Envases Orlandini se ha destacado por la incorporación de prácticas responsables en dos ámbitos principalmente, primero en la gestión de recursos humanos, creando las instancias para que sus empleados tengan un desarrollo integral por medio de capacitaciones, entregando asesorías para guiar en sus problemas financieros, convenios de salud e implementación de actividades recreativas y en el cuidado del medio ambiente creando programas de reciclaje de excedentes de hojalata, a través de Gerdau Aza, incorporando tecnologías que permitan aumentar el ahorro energético y maximizar los recursos.

¹² Fundación SOFOFA (2008). Comunicado de Prensa: *Nestlé Chile y Agrícola Santa Laura Recibieron Premio “SOFOFA Responsabilidad Social 2007”* <<http://web.sofofa.cl/Noticias/nestle-chile-y-agricola-santa-laura-recipientes-premio-%E2%80%9Csofofa-responsabilidad-social-2007%E2%80%9D/>>

Además de mantener una constante preocupación por la comunidad que lo rodea, lo que le ha permitido desarrollar proyectos de apoyo mutuo con Liceo Industrial, como la “Escuela Informática”.

c. Premio SOFOFA Responsabilidad Social 2009

En el año 2009 se premio a una de las empresas líderes en el mercado frutícola de exportación y agroindustrial del país, la Sociedad Agrícola La Hornilla, quienes priorizan en su política empresarial el bienestar de sus trabajadores.

La empresa durante los últimos años se venía certificando en distintas entidades y organismos como por ejemplo por las buenas prácticas agrícolas, HACCP, entre otros, certificaciones que facilitaron la incorporación de la RSE en las prácticas diarias de la empresa.

Se destacan entre los beneficios entregados a sus trabajadores bonos de escolaridad, formación y capacitación en temas relacionados con las actividades de la empresa, por ejemplo manipulación de alimentos, brigada de incendio y primeros auxilios, administración de bodegas, entre otros y constante preocupación por la seguridad y salud laboral.

d. Premio SOFOFA Responsabilidad Social 2010

Ya para el año 2010 el jurado decidió premiar a la pyme Clavos Kraown Ltda., cuyos dueños desde un comienzo apuntaron a que esta pyme fuera una empresa que se destacara por su ambiente de trabajo en donde se priorizara el respeto, cordialidad y solidaridad, en el año 2009 recibieron la certificación ISO que los incito a seguir con su propósito.

Para ir mejorando poco a poco los diversos beneficios la empresa realiza encuestas y evaluaciones para poder ir conociendo una a una las necesidades que presentan sus empleados de manera de poder ayudar de alguna forma, además de preocuparse de entregarles artículos de aseo, materiales y ropa de seguridad, seguros de vida y apoyo económico mediante préstamos internos. En esta empresa podemos destacar la idea innovadora que implementaron, en donde todos los días viernes, después del horario de trabajo, sus empleados reciben un masaje de relajación gratis.

4. Conclusiones del Capítulo

La norma internacional ISO 26000 será de gran ayuda para todas aquellas empresas que aun no han decidido ser responsables socialmente ya sea por falta de información o simplemente por falta de iniciativa, en esta guía podrán encontrar todo lo necesario para poder comenzar a emplear prácticas responsables y mejorar la calidad de las diversas áreas que integran una empresa, sin embargo será muy importante la disposición, creatividad y ganas que los empresarios tengan de obtener los diversos beneficios que entrega esta nueva forma de gestionar de las empresas, teniendo en cuenta que la mayoría no serán beneficios económicos o medibles en el corto plazo.

La forma de beneficiarse y de incorporar la RSE en su filosofía empresarial ya sido entendido por varias empresas durante los años que lleva el concepto de la responsabilidad social, desatancándose algunas de ellas por las diferentes iniciativas que han tenido, las cuales han sido reconocidas por la sociedad actual, sociedad que es capaz de premiar o castigar a las empresas que se han logrado integrar a estas nuevas e importantes prácticas.

Logramos visualizar el grado de avance que ha tenido esta temática en las diferentes empresas y sin importar en el país en que nos encontremos logramos apreciar que la RSE se ha ido haciendo cada vez mas imprescindible en la gestión empresarial, algunos países se encuentran más desarrollados en el tema, otros están más consientes de los beneficios, pero sin duda para las empresas que han optado realizar de manera voluntaria prácticas responsables socialmente, sin importar su tamaño, han logrando mejorar la relación con la comunidad, su imagen

y las relaciones con sus grupos de interés. En particular algunas han podido optimizar el uso de recursos humanos, reducir accidentes de trabajo y ausentismos, mejorar la relación con la comunidad y trabajadores, acceder a mercados más exigente, maximizar la fidelidad de sus clientes, entre otros.

Como logramos ver existen diversos estudios que destacan algunas empresas por su prácticas responsables, como por ejemplo Codelco, Líder y Coca Cola son las empresas que las personas califican como más responsables socialmente según el estudio “Noveno monitor de responsabilidad social corporativa 2009” y por otro lado las empresas Oriencoop, Chilectra y Gerdau Aza destacan en el ranking realizado por la fundación Pro humana de las empresas más responsables socialmente en el año 2009.

Así como existen casos destacados de grandes empresas también los hay de pymes que se esfuerzan por lograr estar a la vanguardia y poder implementar de la mejor manera el concepto de la responsabilidad social empresarial, y la mejor manera de hacerlo es preocuparse de los puntos que se entregaron en este capítulo y que tienen relación con la definición de los valores, con los trabajadores, consumidores, proveedores, comunidad y medio ambiente. El premio SOFOFA Responsabilidad Social se encarga año a año de destacar a las grandes empresas y pymes que incorporan de manera innovadora y constante la RSE en su forma de gestionar.

CAPÍTULO III
“ESTUDIO DE LA APLICACIÓN DE LA RSE EN LAS
PYMES DE LA CIUDAD DE VALPARAÍSO Y VIÑA DEL
MAR”

1. Introducción al capítulo

Ya hemos comprendido el concepto de la responsabilidad social empresarial, ya conocemos su dimensión interna y externa y con que se relaciona cada una de ellas, logramos entender como este concepto se ve reflejado en las empresas y los beneficios que se pueden obtener.

Luego conocimos como ha sido la evolución de este concepto en nuestro país destacando a grandes empresas como también a las pequeñas y medianas empresas, en donde sus dueños han logrado visualizar los beneficios que se pueden obtener con conductas responsables, pero ahora que tanto representan los estudios y la información que se entrego antes con las pequeñas y medianas empresas de la actualidad, ¿han logrado comprender el concepto de la RSE?, ¿conocen los beneficios que se pueden obtener?, ¿la han logrado hacer parte de sus empresas?, dicho en otras palabras las pymes de hoy en día son responsables socialmente?.

En el estudio que se presenta a continuación busca dar respuesta a todas estas interrogantes que se plantean y además lograr conocer el verdadero nivel de aplicación de la responsabilidad social empresarial en las pymes.

Este capítulo lograra dar respuesta al siguiente objetivo: conocer el nivel de conocimiento y de aplicación de la RSE, por parte de los pequeños y medianos empresarios de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar y diagnosticar que tan responsable socialmente son y pueden llegar a ser las pymes.

2. Planteamiento del problema

En un contexto empresarial cada vez más exigente es necesario estar innovando continuamente y como hemos visto la responsabilidad social empresarial es un tema muy importante para las empresas, en donde los empleadores han logrado fortalecer su filosofía empresarial con el paso de los días según los aspectos que tienen relación con la RSE obteniendo cada vez mayores beneficios, los cuales también pueden ser obtenidos por las pequeñas y medianas empresas, pero en qué grado ha sido utilizada por estas empresas?, han logrado adaptarse a los cambios que presenta esta nueva forma de enfrentar las demandas de los consumidores?, las pymes de la ciudades de Valparaíso y Viña del Mar son un ejemplo de adaptación de las pymes?.

El presente proyecto pretende dar respuestas a todas estas interrogantes teniendo como objetivo conocer el nivel de aplicación de la responsabilidad social empresarial en la filosofía de las pyme. Tomando como muestra pymes de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, mediante un estudio en base a encuesta, para demostrar que las pymes pueden alcanzar un crecimiento y una mejor forma de gestionar, logrando obtener los diversos beneficios que la RSE le proporciona.

3. Metodología

3.1. **Seleccionar la bibliografía necesaria:** Revisar diferentes textos, publicaciones y páginas web que tienen relación con el tema y que me aportaron la información necesaria para conocer lo que es la RSE, sus implicancias y su relación con las pymes.

- 3.2. **Clasificación de la información y determinación de la muestra:** Resumir la información obtenida y seleccionada según su utilidad y establecer el tamaño de la muestra para mi estudio, la cual será seleccionada según una muestra de conveniencia, en donde se seleccionaran 11 pymes de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar.
- 3.3. **Elaboración y aplicación de encuesta:** diseñar mi encuesta y aplicarla en las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, según los puntos de interés que persigue este estudio y así poder determinar el nivel de conocimiento que tienen las pymes respecto a la RSE y cuál es el nivel de aplicación que presentan.
- 3.4. **Análisis de resultados y redacción de informe de tesis:** Realizar la tabulación de los resultado para poder dar respuesta a cada unos de los objetivos planteados en este estudio, para luego redactar mi informe de tesis.

Durante todo este periodo de estudio se discutirán los grados de avance de mi estudio con el profesor guía.

4. Muestra del estudio

La muestra de este estudio estará compuesta por 11 pymes pertenecientes a las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar y pertenecen a diferentes rubros, estas pymes fueron seleccionadas en base a una muestra de conveniencia debido a que se cuenta con el acceso a la información necesaria para alcanzar el objetivo que tiene este estudio. Las pymes seleccionadas son las siguientes:

- Confecciones y reparadora de carteras “Blayenka”

- Ropa infantil “ Yanloren”
- Menestras y Botillería “El Faro”
- Comidas preparadas “Döner Kabab”
- Proyectos y Asesorías en el área de construcción y electricidad “EG”
- Aluminios “Alumar”
- Confecciones de Ropa deportiva “Chelita”
- Minimarket “Mercadito”
- Construcción, administración y explotación centros deportivos “ARGIZE Ltda.”
- Restaurant “Sushi Home”
- Artesanías “Trapo`s”

5. Encuesta estudio tesis

La presente encuesta tiene como finalidad realizar un estudio sobre la “Aplicación de la responsabilidad social empresarial de las pymes en las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar” realizado por la alumna Carla Hernández Orrego, y cuyos resultados serán utilizados para el desarrollo de la tesis para la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Valparaíso.

Nombre de la empresa: _____

Rubro de la empresa: _____

Para esta investigación se realizaron encuestas personales y por correo electrónico a los pequeños y medianos empresarios de la muestra indicada anteriormente y debido a la finalidad del estudio la encuesta se dividió en dos partes.

La primera parte de la encuesta de este estudio se consideraron preguntas dicotómicas y de selección múltiple para visualizar cuál es el nivel de conocimiento

que poseen los pequeños y medianos empresarios de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar en relación a la responsabilidad social empresarial y junto con esto saber si han logrado tener la motivación necesaria para generar prácticas de responsabilidad social, en que área han logrado realizarlas y si su empresa ha logrado obtener algún tipo de beneficio con estas iniciativas. En el caso que los empresarios no hayan practicado ningún tipo de estas prácticas evaluar que disposición tienen a poder realizarlas en algún futuro.

Y una segunda parte que se compuso de preguntas de evaluación, en donde los pequeños y medianos empresarios debían indicar si realizaban o no diversas prácticas que se relacionan con los diferentes aspectos primordiales en la implementación de la RSE en las empresas, como lo son los valores, los trabajadores, los proveedores, los clientes, la comunidad y el medio ambiente¹³.

6. Análisis de Resultados

Una vez aplicada la encuesta de este estudio a las pymes de la muestra seleccionada perteneciente a las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, podemos analizar los puntos que se relacionan con nuestro objetivo, el cual como se planteo anteriormente busca conocer el nivel de aplicación que ha presentado la responsabilidad social empresarial en las prácticas que realizan las pyme y así demostrar que las pymes pueden alcanzar un crecimiento y una mejor forma de gestionar, logrando obtener los diversos beneficios que la RSE le proporciona.

¹³ Ver anexo III: “Encuesta realizada a la muestra seleccionada”.

Los resultados obtenidos se analizarán según las partes en que fue dividida la encuesta para realizar un análisis más completo. Del estudio realizado podemos obtener las siguientes conclusiones:

6.1. Análisis en relación al conocimiento que poseen los pequeños y medianos empresarios de la RSE.

Mediante el estudio realizado se puede concluir que la principal razón que mantienen los pequeños y medianos empresarios para implementar las prácticas de responsabilidad social se centra en el tema ético al cual debe responder la empresa, opción escogida por el 55% de los encuestados¹⁴, sin embargo la mayoría de los dueños considera tener un conocimiento regular en relación a lo que es la RSE, las temáticas que abarca y los beneficios que se pueden obtener tan solo un 27% de ellos creen tener un alto conocimiento de estos temas¹⁵. Es aquí donde se presenta uno de los desafíos más importantes de esta temática para el largo plazo, el poder dar acceso a la bibliografía necesaria para que los empresarios puedan obtener todos los conocimientos necesarios para realizar una gestión responsable socialmente.

A pesar del conocimiento que tienen los empresarios respecto a este tema cerca de la mitad de ellos considera que las prácticas de RSE que realicen las empresas se debe enfocar en apoyar y entregar beneficios a la comunidad que rodea la pyme, pero sin dejar de preocuparse por el lugar que deben tener los trabajadores en este tema, según el 36,4% de los encuestados consideraron que el punto más importante en que se debe focalizar la RSE es hacia el bienestar que

¹⁴ Revisar Anexo IV, Grafico 3

¹⁵ Revisar Anexo IV, Grafico 1



Gráfico 2

Fuente: Elaboración propia, 2010

deben recibir los empleados de las pymes ya que son ellos los que permiten la producción y por ende el crecimiento de sus empresas.

La mayoría tiende a pensar que las pymes no poseen recursos monetarios necesarios

para realizar estas prácticas, sin embargo el 73% de los pequeños y medianos empresarios indicaron haber realizado alguna de estas prácticas, pero sin darse cuenta realizaban muchas más practicas de manera inconsciente debido al poco conocimiento que manejan de este tema, lo cual nos deja en claro que el recurso monetario no es primordial para ser una empresa responsable socialmente sino que el mayor requisito es tener la voluntad y creatividad de realizar dichas prácticas. La mayoría

de estas prácticas se han realizado en beneficios de los clientes, proveedores y trabajadores y además prácticas que sean

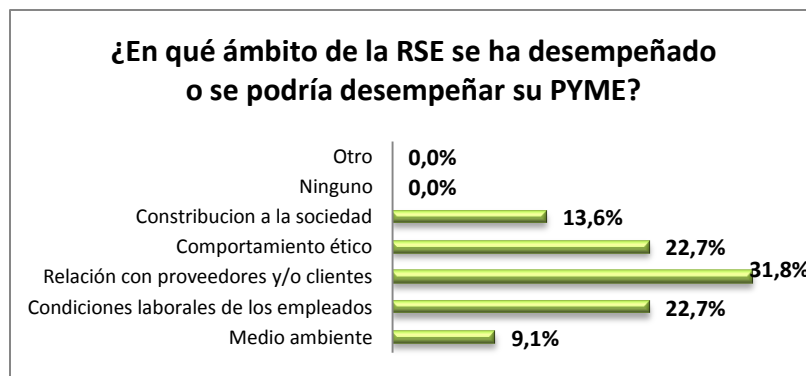


Gráfico 5

Fuente: Elaboración propia, 2010

coherentes con la ética que tienen estas empresas. En este estudio cerca del 32% de los dueños de las pymes priorizan las practicas que fidelizan a sus clientes y/o

proveedores ya que son dos actores de gran importancia en sus empresas, otro 22,7% se preocupaban de mejorar las condiciones y clima labores que tenían sus trabajadores en los lugares de trabajo respectivos y un igual porcentaje se dirigía estas prácticas para demostrar un comportamiento más ético y transparente. Debido a todas estas prácticas que han realizado los dueños de las pymes le han ayudado a mejorar diferentes aspectos de su empresa y que le han ayudado a incentivarse aun mas en seguir implementando practicas de responsabilidad social, el 23% de los encuestados indicaron que estas prácticas le han ayudado a mejorar la fidelidad por parte de sus cliente y un igual número de encuestados percibieron que el mayor beneficio que le entrega la RSE ha sido el mejorar la imagen y/o reputación por parte de la comunidad, dos factores primordiales hoy en día para las pymes que se ven enfrentadas y una enorme competencia con las grandes empresas.

Sin dejar de lado un 18% opina que el principal beneficio ha sido el mayor compromiso que reflejan sus trabajadores al sentirse más valorados lo que influye directamente en la productividad de ellos.

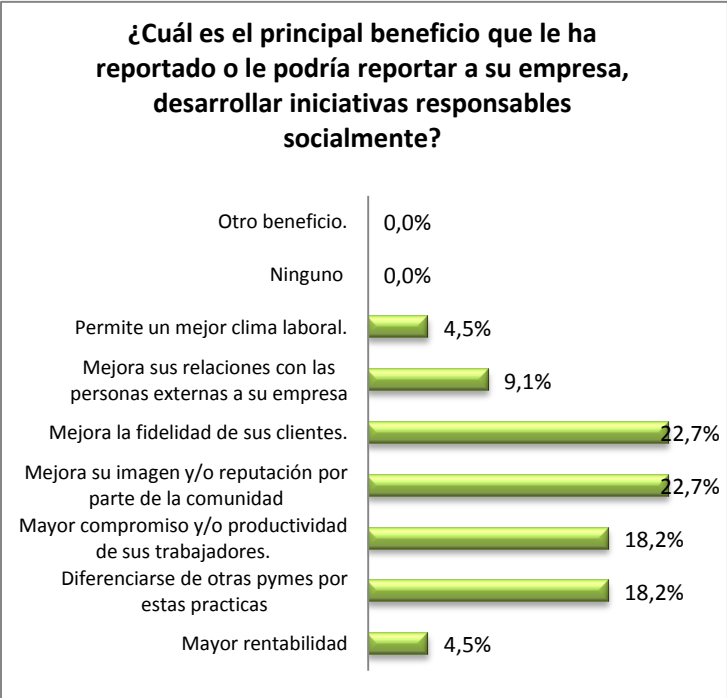


Gráfico 6

Fuente: Elaboración propia, 2010

6.2. Análisis en relación al nivel de aplicación de la RSE por parte de los pequeños y medianos empresarios.

En esta segunda parte se logra apreciar que iniciativas de RSE realizan los pequeños y medianos empresarios de la muestra seleccionada, en lo que respecta a la RSE interna el 82% de las pymes tienen valores definidos que guían sus prácticas, pero el 100% indico en mantener siempre una transparencia en todos sus actos que realizan ya sean hacia el interior o el exterior de la empresa, de manera de no perjudicar la imagen que mantiene su empresa¹⁶.

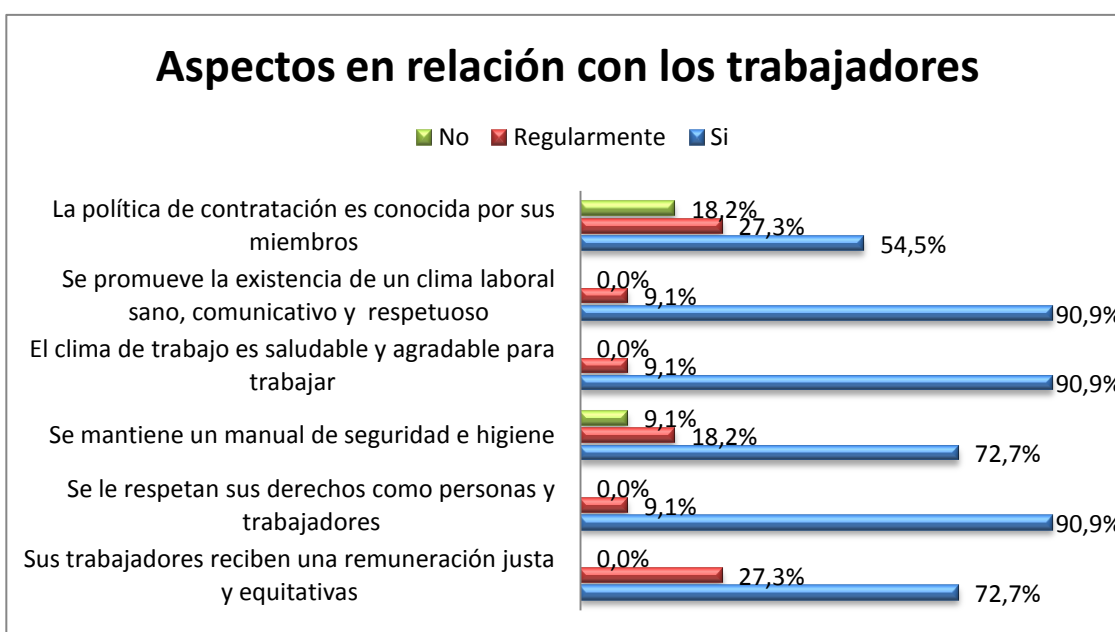


Gráfico 7.2

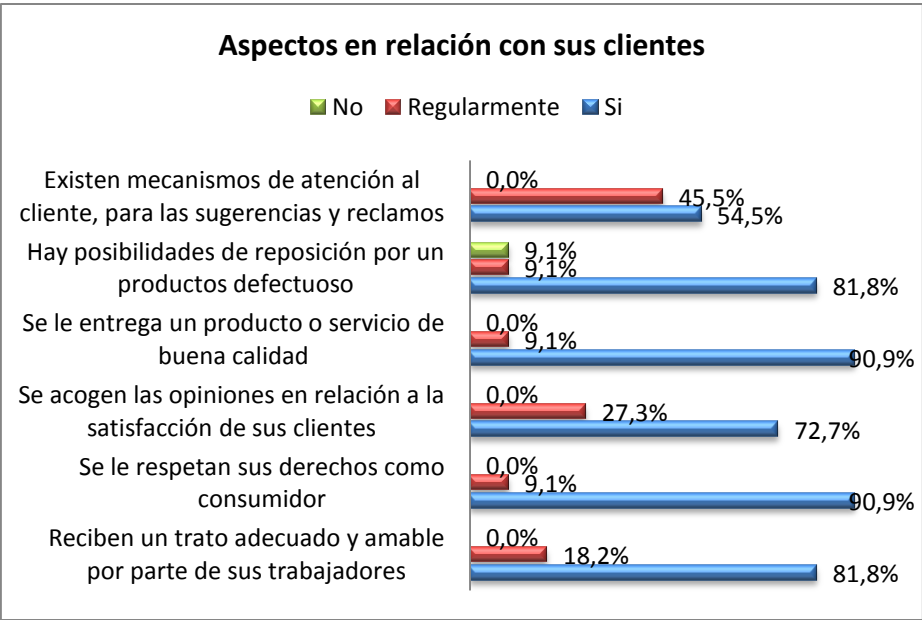
Fuente: Elaboración propia, 2010

En lo que respecta a los trabajadores el 91% de las pymes se preocupan de mantener un clima de trabajo saludable y agradable para que se puedan desarrollar cada una de las funciones diarias, fomentando en sus empresas el ser capaz de valorar a las personas que conforman esta organización en lo laboral y también en lo personal, y para lograr este clima laboral se han establecido canales

¹⁶ Revisar anexo IV, Grafico 7.1.

de comunicación entre todos los trabajadores, sin importar la función que cumplen al interior de la empresa.

En lo que respecta a la RSE externa el aspecto más valorado por los pequeños y medianos empresarios son los clientes con quienes han logrado llevar a cabo de mejor manera lo que significa ser una empresa responsable socialmente, es por esto que el 82% declara que sus trabajadores entregan un trato adecuado y amable a cada uno de sus clientes y además de estar siempre dispuesto de escuchar y acoger las opiniones que ellos tienen respecto a la atención recibida, los dueños de las pymes saben que sus clientes cumplen un rol fundamental en el éxito o fracaso que puedan tener es por eso que se preocupan casi en un 100% de respetar todos los derechos que ellos tiene como consumidores (Ver Grafico 7.5).



En otros aspectos que se relacionan con la RSE externa el 91% de las pymes se encuentra dispuesta a cooperar con

las necesidades que tenga la comunidad que las rodea, sin embargo solo el 27% conoce estas necesidades. A pesar de valorizar a sus clientes los dueños de estas

empresas no se encuentran informados de las necesidades que puede tener estos, punto inicial para poder realizar algún aporte¹⁷.

En lo que respecta al medio ambiente las pymes están consientes del daño que pueden generar es por esto que el 82% de ellas se ha preocupado de implementar diversas medidas de ahorro energético y de no contaminar el ambiente, un 73% mantiene un consumo responsable de los recursos naturales,

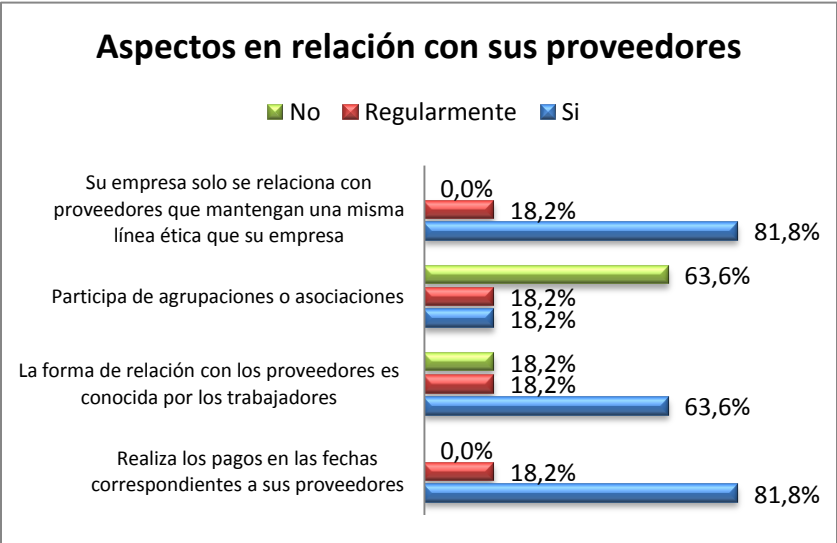


Gráfico 7.3

Fuente: Elaboración propia, 2010

pero solo un 45% han capacitado a sus empleados a ser responsables con estas prácticas¹⁸.

Por último el 82% de los dueños tratan de preferir proveedores que

mantengan una línea ética coherente con la de su empresa de manera de generar un mejor trato y relaciones comerciales favorables para ambos y de manera de fomentar esta relación ellos se preocupan de realizar siempre sus pagos en las fechas correspondientes (Ver Grafico 7.3)

¹⁷ Ver anexo IV, Grafico 7.5

¹⁸ Ver anexo IV, Grafico 7.6

“Aportes y conclusiones finales”

La RSE aun no ha sido capaz de incorporarse en todas las grandes empresas y menos en las pymes, para las cuales se tiende a pensar que no llegaran a ser empresas responsables socialmente, sin embargo debido a su tamaño y sus constantes iniciativas de innovación las pymes mantienen una ventaja sobre las demás empresas, que es la flexibilidad que pueden tener para incorporar dichas prácticas a su gestión empresarial, siempre y cuando se mantenga la transparencia de los actos, lo que se pudo apreciar en los ejemplos de pymes expuestos en este trabajo.

El punto de partida para querer ser responsable socialmente es tener la iniciativa y las ganas de serlo, y según el estudio realizado con las pymes encuestadas, estas tienen este deseo y son conscientes de por qué quieren mejorar, pero esto se debe acompañar de una constante necesidad de conocer más sobre este tema, ¿En qué consiste?, ¿Que beneficios entrega?, ¿Que temáticas involucra?, ¿Cuál es el rol de cada uno de los involucrados?, etc. Para esto actualmente en Chile existen diversas instituciones que tienen como objetivo ayudar a las empresas a responder cada una de estas interrogantes para así incorporar la RSE en su gestión, como por ejemplo Acción RSE, Fundación Prohumana, RSC-Chile, SOFOFA entre otras.

Una vez interiorizados en el tema los pequeños y medianos empresarios deben hacer una visión general a su empresa realizando un diagnóstico que les permita visualizar en qué situación se encuentra su pyme, teniendo en consideración el contexto, condiciones, recursos e intereses que cuentan para realizar los cambios

deseados, para luego ser capaz de planificar que es lo que quieren lograr y hacia donde quieren ir, revisando los valores, compromisos, metas, acciones, entre otros. Al tener ya claras estas respuestas se deben comenzar a ver las diferentes iniciativas que puedan realizar los dueños para integrar de manera gradual la RSE en su gestión.

Las prácticas para ser responsable socialmente deben adaptarse al tamaño, rubro y motivaciones que tengan las empresas, en el caso de las pymes existen pequeñas pero importantes prácticas de responsabilidad social que pueden llevarse a cabo mediante acciones sencillas, prácticas y económicas, por lo cual no implica necesariamente incurrir en grandes costos y/o complejidad como se tiende a pensar, pero sí brindarían diversos beneficios en el corto y largo plazo.

A continuación se presentan algunas de las prácticas que se pueden implementar en las pymes y los beneficios que pueden obtener en los diferentes grupos de interés de la empresa:

PRACTICAS PARA INCORPORAR LA RSE A LAS PYMES

RSE	GRUPO DE INTERES	PRACTICAS	BENEFICIOS
I N T E R N A	VALORES Y TRANSPARENCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Creación y transmisión de misión y visión • Identificar línea de valores que guíen las prácticas diarias, por ejemplo, honestidad, lealtad, solidaridad, entre otros. • Identificar los grupos de interés internos y externos de la empresa • Crear canales de comunicación con cada grupo de interés de la pyme • Realizar evaluaciones y encuestas de la apreciación hacia la pyme • Obtener retroalimentación de las diversas practicas realizadas • Entregar informes anuales de rendimiento • No discriminar en ningún proceso interno de la empresa, ya sea selección de personal, ascensos, entre otros 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación de una identidad ✓ Mejorar la imagen de la empresa ✓ Crea un lineamiento igual para toda la cadena de valor ✓ Establecer una coherencia en todas las practicas de la empresa

RSE	GRUPO DE INTERES	PRACTICAS	BENEFICIOS
I N T E R N A	TRABAJADORES	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar las condiciones laborales (iluminación, seguridad, infraestructura, • Incorporar personas con condiciones físicas o sociales diferentes • Privilegiar el reclutamiento interno a cargos que brinden un crecimiento laboral • Generar una guía de buenas prácticas laborales • Dar acceso a los canales de comunicación que requieran • Motivar la formación y crecimiento de los trabajadores en lo laboral y personal • Dar acceso a capacitaciones y crear vínculos con entidades educacionales • Recompensar a los empleados que logren llevar una vida más sana y/o a los que se destaquen por no tener accidentes en un periodo de tiempo determinado • Entregar charlas educativas con diversos temas (prevención, salud, sociales, económicos, desarrollo personal, subsidios ,entre otros) • Crear y promover un voluntariado corporativo • Evitar prácticas que resten tiempo a la vida personal y/o familiar del empleado • Entregar una retroalimentación del estados de la empresa en los aspectos que tengan interés con el grupo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Creación y/o mejoramiento del clima laboral ✓ Aumento de la satisfacción y la confianza de los trabajadores ✓ Aumento de la productividad ✓ Reducción de enfermedades y accidentes laborales ✓ Mayor confortabilidad ✓ Trabajadores comprometidos con la empresa ✓ Mejora la competitividad de la empresa ✓ Reclutamientos de potenciales trabajadores
E X T E R N A	CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> • Tener claro su público objetivo y potencial • Capacitar a los trabajadores para entregar una atención de calidad • Cumplir con las fechas y condiciones acordadas con el cliente • Dar acceso a los canales de comunicación, servicio al cliente, libro de sugerencias y/o reclamos, entre otros, sin que esto implique grandes demoras • Dar a conocer a sus clientes la misión y los valores que tiene la empresa • Aceptar las sugerencias de los clientes para entregar un mejor servicio • Premiar la fidelidad de los clientes que lo ameriten, por ejemplo con un descuento • Respetar la privacidad de los clientes • Evitar la sobre venta de las características de un producto y/o servicio • Entregar una retroalimentación del estados de la empresa en los aspectos que tengan interés con el grupo • Generar publicidad que no de lugar a errores 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mejor servicio de atención al cliente ✓ Mayor satisfacción de los clientes ✓ Genera publicidad de boca en boca, de forma gratuita y eficiente ✓ Mayor Fidelidad por parte de los clientes ✓ Atracción de potenciales clientes y posibilidad de entrar a nuevos mercados ✓ Al tener conocimientos de las necesidades permitirá poder entregar un producto y/o servicio acorde a estas ✓ Mejorar la imagen de la empresa que perciben los clientes

RSE	GRUPO DE INTERES	PRACTICAS	BENEFICIOS
E X T E R N A S	PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> • Intentar relacionarse con proveedores que mantengan un mismo lineamiento ético • Conocer condiciones de trabajo que mantienen sus proveedores • Fomentar practicas de cuidado ambiental a sus proveedores • Cumplir con las fechas de pago acordadas • Entregar un buen trato a los proveedores • Respetar los derechos laborales y humanos de cada proveedor • Incorporar criterios de RSE al elegir un nuevo proveedor o entidad bancaria, en caso, de necesitar. • Entregar una retroalimentación del estados de la empresa en los aspectos que tengan interés con el grupo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mayor integración con los proveedores ✓ Fidelidad de los proveedores ✓ Posibilidades de unión para nuevas alianzas ✓ Reconocimiento como empresa con criterios y valores ✓ Mayor comunicación y transparencia con los proveedores
	COMUNIDAD	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer las necesidades de la comunidad aledaña a la empresa • Dar la posibilidad que la comunidad conozca el funcionamiento de la empresa, para acercar la comunidad a la empresa • Crear voluntariado para mejorar las condiciones de la comunidad • Aportar con productos del rubro que ayuden al bienestar de la comunidad • Asociarse a liceos y universidad para dar acceso a prácticas profesionales • Crear planes para mejorar el bienestar comunitario en alianza con los proveedores y clientes • Entregar una retroalimentación del estados de la empresa en los aspectos que tengan interés con el grupo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presentarse ante la comunidad ✓ Mejorar la imagen de la empresa frente a la comunidad ✓ Mejorar la relación comunidad- empresa ✓ Captación de potenciales profesionales, mediante las practicas ✓ Captación de nuevos clientes
	MEDIO AMBIENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Cuidar los recursos naturales • Reducir el consumo de productos tóxicos • Crear prácticas de ahorro energético a través de iluminación inteligente, por ejemplo ampolletas de bajo consumo, sensores de movimiento, entre otros. • Promover el respaldo de documentos de manera virtual para reducir el consumo de papel • Promover las prácticas para el cuidado ambiental entre los grupos de interés, en especial, trabajadores • Crear e implementar programas de reciclaje • Asociar con grandes empresas para el tratamiento de residuos que pueden ser tóxicos • Privilegiar proveedores que realicen políticas ambientales en sus empresas 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Reducir el consumo de papel ✓ Optimizar el uso de recursos energéticos y ahorro de agua ✓ Generar una mayor consciencia ambiental ✓ Crear una imagen de empresa con políticas medio ambientales ✓ Reducción de costos

La responsabilidad social empresarial no es un concepto que solo abarque un punto en específico sino que busca lograr complementar y hacer un equilibrio entre todas las áreas que afectan a las empresas, ya sean internas como por ejemplo sus trabajadores, inversionistas, accionistas o externas como lo son sus clientes, proveedores, comunidad y el medio ambiente.

A pesar que la RSE ya está inserta hace varios años en nuestro país aún no ha logrado tener la importancia que se merece por su gran influencia en la forma de gestionar las empresas actualmente, sin embargo existen empresas que han reconocido esta importancia y se han dado cuenta que el contexto empresarial de hoy en día lo va exigiendo cada vez más, y es por esto que se han preocupado de ir insertando poco a poco este concepto en su filosofía empresarial y en la gestión de sus empresas, logrando internalizarla en cada uno de los actores que son participe de las labores diarias y así realizando diversas iniciativas para lograr poner en práctica lo que significa ser responsable socialmente, esto ha llevado a Chile a ser el país de América Latina con mejor ranking en competitividad responsable.

Una buena aplicación de esta temática por parte de los pequeños y medianos empresarios es centrar su atención en los puntos más importantes para ellos y para lo que implica ser responsable socialmente, los aspectos relevantes se centran en los valores y transparencia, en los trabajadores, en sus clientes, en la comunidad, en sus proveedores y el medio ambiente, tratando de complementarlos todos y no solo centrar la atención en uno de ellos.

Los empresarios aun tienen la necesidad de seguir profundizando en la RSE, debido a que aun se encuentra en una etapa inicial en las empresas que han

podido adoptar estas prácticas, y para responder a esta necesidad es que se han ido creando diversos canales que entreguen la información necesaria para que las empresas sean aun mas responsables socialmente, uno de ellos es la norma internacional ISO 26000, la cual tiene como objetivo ser una guía para todas aquellas empresas, que sin importar su tamaño, tengan la motivación de querer ser responsables socialmente. Para cumplir dicho objetivo esta norma fue publicada en términos básicos y sencillos, de manera que sea comprendida por todos los lectores y tratando de dejar en claro todos los conceptos necesarios para comenzar a implementar o seguir creciendo en esta nueva forma de gestionar.

Según el estudio realizado logramos apreciar que los dueños de las pymes de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar, no son la excepción a la mayoría y solo poseen un conocimiento medio de este tema, sin embargo, han sido capaces de llevar a cabo algunas iniciativas responsables socialmente, algunos de manera consciente y otros sin saber que algunas de sus prácticas se relacionaba a la RSE debido a su falta de conocimientos. Estas prácticas en su mayoría hacían referencia a la relación que tienen los dueños con sus proveedores y clientes, a las condiciones laborales de sus empleados y con el comportamiento ético que los empresarios deben tener.

Los mayores beneficios que las pymes han logrado obtener con estas prácticas es lograr una fidelidad por parte de sus clientes y a su vez mejorar la imagen y reputación que la comunidad tiene de su empresa, lo cual es un factor de gran importancia para su crecimiento al igual que sus trabajadores quienes al otorgarles mejores condiciones laborales han sabido responder con un mayor compromiso y

productividad para así ir logrando obtener una diferenciación de la posible competencia.

A pesar del conocimiento que se poseen los dueños de las pymes de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar se han logrado adoptar de alguna manera y han logrado realizar prácticas responsables para ser partícipe de este tema activamente. Algunas prácticas en la dimensión interna de la empresa han sido el ser capaces de establecer los valores de su empresa, hacerlo respetar por todo el personal y además usarlos para poder relacionarse con persona que sigan estos mismos valores logrando demostrar transparencia en todas sus labores, se han preocupan de entregar una remuneración justa a sus trabajadores de acuerdo a sus funciones dentro de la empresa, sin tener ningún tipo de discriminación entre ellos o en la contratación de personal de manera de promover un clima laboral agradable, comunicativo y respetuoso. En su dimensión externa se destacan las relaciones que tienen y promueven con sus proveedores y consumidores brindándoles un trato respetuoso para lograr la fidelidad de ambos, los pequeños empresarios tienen claro que deben estar siempre preocupados de entregar un producto y/o servicio que sea de la calidad que demandan sus clientes demostrándoles su preocupación por ellos y respetándoles sus derechos como consumidores y además de realizar siempre los pagos a sus proveedores en la fecha correspondiente ya que de esa manera ellos muestran respeto y además seriedad en cada uno de sus tratos.

A pesar de los pocos recursos que poseen las pymes también están al pendiente de las personas que se ven afectadas de manera indirecta por la empresa, como por ejemplo la comunidad, los empresarios tienen claro que deben

valorar y estar preocupados de las necesidades de la comunidad que rodea a la empresa y además de preocuparse por la contaminación que pudieran producir sus procesos productivos, manteniéndose actualizado en todos los métodos que van surgiendo para poder dar un mejor uso a los recursos naturales y energéticos.

Aunque las pymes han sido capaces de realizar algunas prácticas que se relacionan a la RSE no la han logrado implementar en su totalidad o de manera consiente en su forma de gestionar, solo la han realizado de manera particular sin estar seguro que sean prácticas responsables y esto se debe a su falta de información, es necesario y de suma importancia que logren adaptarse a este nuevo contexto empresarial, para lo cual la motivación no será problema ya que los pequeños y medianos empresarios están consientes de lo importante y beneficioso que es este concepto y están dispuesto a implementarlos en sus empresas.

Por lo expuesto anteriormente no cabe lugar a dudas que en unos años más adelante, en donde el tema de la RSE, sea un tema aun más conocido, los dueños de las pymes no tendrán ningún problema en hacerla parte de su filosofía empresarial como una iniciativa propia y serán capaces de obtener todos los beneficios que le brinda el tener una conducta responsable. Es por esto que resultaría interesante volver a realizar este estudio y ver cómo fueron capaces de adecuarse las pymes de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar a los cambios que presenta el sistema y a las demandas de las conciencias más activas de las personas.

Bibliografía

1. Textos consultados

ALDAMA PERERA, LUIS (2003) *“Reporte social: Un cuarto de estado financiero básico sobre la dimensión social de las empresa”* Primera edición. Santiago de Chile.

BALTERA, PABLO y DIAZ, ESTRELLA (2005) *“Responsabilidad social empresarial: alcances y potencialidades en materia laboral”* Santiago de Chile: Editorial: Dirección del trabajo, departamento de estudios.

MURILLO Y JOSEP M.LOZANO (2006) *RSE y PYMES: una apuesta por la excelencia empresarial.* Editorial ESADE.

2. Tesis consultada

GONZALEZ ANDAUR, BARBARA y LOPEZ NICOLINI, OMARA (2005). *Reconocimiento de la responsabilidad social empresarial como una herramienta de gestión para el mejoramiento de la calidad de vida en el trabajo de las pymes en la ciudad de Valparaíso. Valparaíso, Chile.*

3. Revistas consultadas

Acción RSC (2006). *“Manual de responsabilidad social empresarial para pymes”.*

Revista Acción RSC.Nº 158.819. Santiago de Chile.

Comisión Europea dirección general de empresas. *“Introducción a la responsabilidad social de las empresas para pymes”.*

Fundación PRO humana (2006). *Manual de Responsabilidad social empresarial para las Pymes*. Revistas fundación Pro humana, nº 158.819, 100 págs. Santiago de Chile.

Fundación PROhumana (2010). *“Ranking Nacional de Responsabilidad social empresarial”*. Santiago de Chile.

4. Artículos consultados

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY MONITOR CSR (2009). *Encuesta MORI noveno monitor de responsabilidad social corporativa*.

CHAVARRI, REINALINA y GUAJARDO, ALBERTO (2006). *“La responsabilidad social desde una perspectiva estratégica para pymes”*. Santiago de Chile.

FUNDACIÓN EMPRESARIAL PARA LA ACCIÓN SOCIAL, FUNDEMÁS, (2005) *“Introducción a la RSE para la Mipyme”*. 1ª edición, San Salvador, El Salvador.

FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES, FOMIN, (2009) *“Guía de aprendizaje sobre la implementación de responsabilidad social empresarial en pequeñas y medianas empresas”*.

OLIVAS MARTINEZ, JOSE LUIS y Cámara de Comercio de Valencia e Iberdrola S.A. (2007) *“El diagnóstico previo y el plan de acción en RSE”*.

ACCOUNTABILITY (2006) *“Competitividad Responsable”*.

ACCOUNTABILITY (2007) *“El estado de la competitividad responsable”*.

5. Internet

Fundación Prohumana: <http://www.prohumana.cl/>

Responsabilidad Social Corporativa: <http://www.rsc-chile.cl>

Acción RSE: <http://www.accionrse.cl>

Red FORUM EMPRESA <http://www.empresa.org>

Responsabilidad Social Empresarial:

<http://rse.comunidadfomin.org/content/view/33/1/>

ANEXO I

“Conformación de las PYMES en Chile”

1. Las Pymes

1.1. ¿Qué es una Pyme?

Por estas siglas se entiende a la “pequeña y mediana empresa”. Que según la clasificación que entrega el ministerio de economía, las empresas estarán en estas categorías dependiendo de sus ventas anuales, si se presenta una ventas de productos o servicios anual por valores entre 2.400 y 25 mil UF se clasificara como una pequeña empresa ahora si sus ventas son entre 25 mil y 100 mil UF esta pasara a ser una mediana empresa.

1.2. Como se forma una pyme

Esta empresa podrá ser constituida por una persona natural o una persona jurídica y según sea el caso tendrá un proceso que seguir:

- **Persona Jurídica:** lo que quiere decir que será constituida por una empresa o sociedad, en este caso lo primero que se debe hacer es constituir la empresa sociedad ante un notario y luego realizar la iniciación de actividades en el Servicio de Impuestos Internos (SII) para lo cual se debe presentar en las oficinas de estas dependencias con la cedula de identidad del representante de la empresa, formulario 4415 de inicio de actividades, acreditar el domicilio mediante el rol de avalúo de la propiedad y con los antecedentes de la constitución de la persona jurídica como una escritura notarial de la constitución publicada en el Diario Oficial e inscrita en el conservador de Bienes Raíces. Este trámite no se

puede tardar más de dos meses después de haber iniciado la actividad económica.

- **Persona natural:** primeramente de realizar su iniciación de actividades económicas ante el Servicio de Impuestos Internos, lo cual es necesario para desarrollar cualquier tipo de negocio que genere rentas. Para este inicio de actividades se debe presentar a las oficinas del SII son cedula de identidad, formulario 4415 de inicio de actividades, rol de avalúo de la propiedad para acreditar el domicilio, al igual que si se constituyera la empresa como persona jurídica este trámite no puede tardar más de dos meses iniciada la actividad económica.

1.3. Clasificación de las pymes

En Chile existen dos organismos que clasifican a las pymes de diferente manera, primeramente el ministerio de economía las clasifica según sus montos de ventas anuales, en donde estamos frente a una pequeña empresa cuando sus ventas anuales son entre 2.400 y 25 UF y cuando en el año se presentan ventas entre 25 mil y 100 mil UF se clasificaran como mediana empresa, ahora por su parte la CORFO las clasifica según el número de trabajadores que tenga la empresa y para esta organización una pyme será aquella que este constituida por un numero entre 5 a 199 trabajadores.

ANEXO II

ISO 26000: “Una Guía en materia de Responsabilidad Social Empresarial”

Esta norma pretende ayudar a las empresas a abordar una gestión responsable socialmente, proporcionándoles una guía práctica para que puedan establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de responsabilidad social y aplicarla de la mejor manera en sus prácticas diarias para así aumentar la credibilidad de cada unos de los informes que presenten a todos los actores involucrados con el funcionamiento empresarial.

Hoy en día la responsabilidad social empresarial aun es un tema sin mucha información por lo que esta norma ISO permite a las empresas mejorar en gran medida su desempeño y rendimiento económico logrando obtener todos los beneficios que proporciona la gestión en base a la RSE.

Alcances de la ISO 26000

Esta guía que se crea para orientar la implementación de la RSE en las empresas, trata de abarcar diversos temas en términos entendibles para todos los empresarios que requieran algún tipo de información de manera que logren comprender cada concepto que se relaciona con la responsabilidad social, los puntos fundamentales de esta guía servirán para que:

- Las organizaciones puedan orientar sus políticas de responsabilidad social en las diferentes materias en que en ellas se tratan, como por ejemplo laboral, ambiental, legal, cultural y también condiciones de desarrollo económico.

- Poder orientar de tal manera que los empresarios sean capaz de poner todo el énfasis en el rendimiento de sus empresas y en mejorar cada uno de sus resultados.
- Dar los lineamientos necesarios para que las empresas puedan lograr incrementar la confianza y la satisfacción que tienen de cada unos de sus clientes y también con sus competidores.
- Entregarle toda la información que necesitan para que las empresas no actúen en contra de los documentos ya existentes, convenios internacionales y/o estándares que ya existan.
- Lograr promover toda la terminología que se relaciona con el campo de aplicación de la responsabilidad social empresarial y poder ampliar la conciencia en cada una de las materias que se ven involucradas con este tema, ya sea en lo que respecta a su dimensión interna como también externa.
- Fundamentalmente esta norma tiene como gran finalidad proveer una guía práctica con lo que tiene relación con las operaciones de la responsabilidad social, logrando identificarse y comprometerse con los stakeholders y así incrementar la credibilidad de los reportes y declaraciones hechas sobre responsabilidad social.

Aplicación de la Norma ISO 26000 – RSE

Esta norma está estructurada de tal forma para que pueda ser aplicada por todo tipo de empresas, sin importar su rubro, tamaño, ubicación, naturaleza de sus actividades y/o productos, cultura organizacional, medioambiente y sociedad en la cual lleve a cabo sus diversas actividades, por lo cual también puede ser aplicada

por las pequeñas empresas para que puedan innovar en sus prácticas según esta nueva temática de gestión.

Esta guía demuestra una preocupación en el involucramiento efectivo y equitativo de empresas pertenecientes a países en desarrollo, en especial de las PYMES debido a su importante rol que ejerce en las economías de estos países.

Sin embargo el carácter de uso de esta guía será voluntario, solo dependerá su aplicación de la iniciativa que tengan los empresarios de nuestro país por lo que no incluirá requisitos, y de esta manera, no será una norma que se pueda certificar.

ANEXO III

“Encuesta realizada a la muestra seleccionada”

A continuación se presenta la encuesta que se formulo para lograr alcanzar el objetivo de este estudio.

La presente encuesta tiene como finalidad realizar un estudio sobre la “Aplicación de la responsabilidad social empresarial de las pymes en las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar” realizado por la alumna Carla Hernández Orrego, y cuyos resultados serán utilizados para el desarrollo de la tesis para la carrera de Ingeniería Comercial de la Universidad de Valparaíso.

Nombre de la empresa: _____

Rubro de la empresa: _____

La primera parte que permitió conocer el nivel de conocimiento que poseen las pymes de las ciudades de Valparaíso y Viña del Mar respecto a la responsabilidad social empresarial, se compone de las siguientes preguntas:

1. ¿Cuál es su nivel de conocimientos que posee usted en relación a la responsabilidad social empresarial (RSE)?

- Muy Alto Regular Muy bajo
 Alto Bajo

2. ¿Según su conocimiento, la RSE se debería enfocar en?

- Comunidad Inversionistas Proveedores
 Trabajadores Consumidores Medio Ambiente
 Otro _____

3. ¿Cuál es la principal razón para que una Pyme sea responsable socialmente?

- Por los beneficios que podría obtener
 Por un tema ético
 Para lograr una diferenciación
 Porque el contexto empresarial de hoy en día lo exige
 Por que el consumidor prefiere las empresas que desarrollan estas prácticas

4. ¿Desarrolla su empresa iniciativas de RSE?

SI

NO

5. ¿En qué ámbito de la RSE se ha desempeñado o se podría desempeñar su pyme?

Medio ambiente.

Comportamiento ético

Condiciones laborales de los empleados

Contribución a la sociedad

Relación con proveedores y/o clientes.

Ninguno

Otro.

Cuál? _____

6. ¿Cuál es el principal beneficio que le ha reportado o lo podría reportar a su empresa, desarrollar este tipo de iniciativas de Responsabilidad Social?

Mayor rentabilidad

Diferenciarse de otras pymes por estas practicas

Mayor compromiso y/o productividad de sus trabajadores.

Mejora su imagen y/o reputación por parte de la comunidad

Mejora la fidelidad de sus clientes.

Mejora sus relaciones con las personas externas a su empresa

Permite un mejor clima laboral.

Ninguno

Otro beneficio. Cual? _____

Y la segunda parte de esta encuesta que busca evaluar el nivel de aplicación que tiene las pymes seleccionadas en la muestra, para lo cual se evalúan diferentes aspectos de los puntos señalados para la aplicación de la RSE en las pymes.

1. Evalué los siguientes aspectos en donde:

1: Sí

2: Regularmente

3: NO

Aspectos en relación a Valores y Transparencia	1	2	3
Su empresa tiene sus valores definidos para que guíen las practicas diarias			
Estos valores son conocidos y respetados por todos sus miembros			
Manejan los libros contables con el apoyo de un contador externo			
Existe transparencia en cada uno de los actos que realiza su empresa			
Su empresa elabora algún tipo de reporte de rendimiento anual			
Aspectos en relación con los trabajadores	1	2	3
Sus trabajadores reciben una remuneración justa y equitativas			
Se le respetan sus derechos como personas y trabajadores			
Se mantiene un manual de seguridad e higiene			
El clima de trabajo es saludable y agradable para trabajar			
Se promueve la existencia de un clima laboral sano, comunicativo y respetuoso			
La política de contratación es conocida por sus miembros			
Aspectos en relación con los proveedores	1	2	3
Realiza los pagos en las fechas correspondientes a sus proveedores			
La forma de relación con los proveedores es conocida por los trabajadores			
Participa de agrupaciones o asociaciones			
Su empresa solo se relaciona con proveedores que mantengan una misma línea ética que su empresa			
Aspectos en relación con sus clientes	1	2	3
Reciben un trato adecuado y amable por parte de sus trabajadores			
Se le respetan sus derechos como consumidor			
Se acogen las opiniones en relación a la satisfacción de sus clientes			
Se le entrega un producto o servicio de buena calidad			
Hay posibilidades de reposición por un productos defectuoso			
Existen mecanismos de atención al cliente, para las sugerencias y reclamos			

Aspectos en relación con la comunidad	1	2	3
Ha participado en iniciativas para apoyar causas sociales			
Esta dispuesta la empresa a cooperar con su comunidad			
Su empresa valora a la comunidad que la rodea			
Ha realizado alguna acción en pro del bienestar comunitario			
Conoce las necesidades que tiene la comunidad que lo rodea.			
Aspectos en relación al Medio ambiente	1	2	3
Se preocupa de no contaminar el ambiente			
Es responsable con el consumo de recursos naturales			
Ha implementado normas de ahorro energético			
Ha identificado los posibles impactos ambientales que tiene su empresa			
Se ha capacitado al personal, en relación a las practicas ambientales			

ANEXO IV

“Tabulación y análisis de Resultados”

A continuación se detallan los resultados específicos de cada una de las preguntas incluidas en las encuestas realizadas a pequeños y medianos empresarios.

1. Análisis en relación al conocimiento que poseen los pequeños y medianos empresarios de la RSE

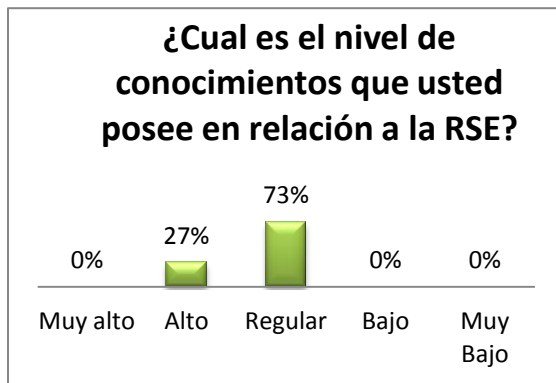


Gráfico 1

Fuente: Elaboración propia, 2010

que presentan los empresarios no es el suficiente para sentirse capacitados para la implementación total de este concepto en la administración de sus empresas.

1. Como se puede apreciar un 27% de los pequeños y medianos empresarios encuestados consideran que tienen un “Alto” conocimiento sobre la RSE, y el 73% restante evalúa su conocimiento como “Regular”. Debido a esto se considera que el conocimiento

2. En base al conocimiento que tienen estos empresarios sobre la responsabilidad social empresarial, el 45,5% de ellos creen que esta temática se debería enfocar en la comunidad que rodea a la



Gráfico 2

Fuente: Elaboración propia, 2010

empresa, mientras que un 36,4% cree que se debe priorizar en los trabajadores, un 9% en los consumidores y otro 9% en el medio ambiente.

3. El 55% pequeños y medianos empresarios creen que la mayor motivación que tienen para implementar la RSE en su forma de gestionar se enfoca en un tema ético que se relaciona con cada uno de los grupos de personas que influyen en la empresa al igual que con la transparencia y sinceridad que entregan sus servicios y/o productos, mientras que el 18% piensa que su mayor razón es poder alcanzar una diferenciación y otro 18% piensa que se debería aplicar estas prácticas porque el contexto empresarial de hoy día lo exige.

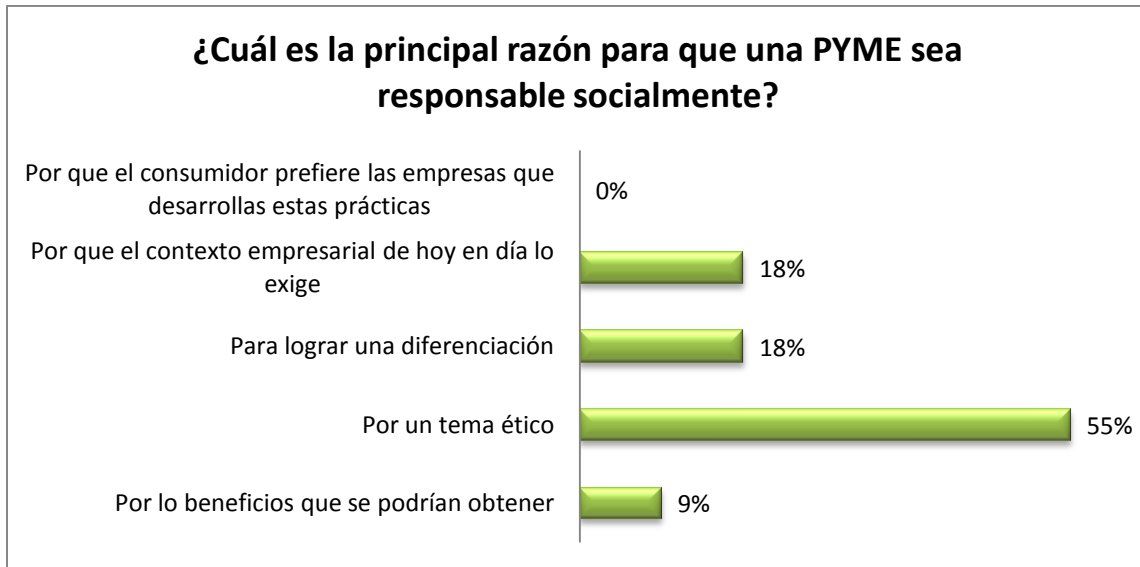


Gráfico 3

Fuente: Elaboración propia, 2010

✓ A pesar del poco conocimiento que tienen los dueños de pymes sobre la

RSE, la mayoría ha desarrollado alguna iniciativa para poder estar a la vanguardia con este tema y no quedar en desventaja frente a su competencia. El 73% de los dueños de las pymes encuestadas indica



que han realizado prácticas de Gráfico 4

Fuente: elaboración propia, 2010

RSE y la mayoría se relacionaba

con sus trabajadores o sus clientes, mientras que un 27% indico no haber realizado algún tipo de iniciativa en este tema.

✓ Una de las áreas en que más se han preocupado en realizar estas prácticas ha sido en la relación que tienen los dueños de las pymes con sus clientes y también con sus proveedores lo que se refleja en la opinión de un 32% de los encuestados, por otra parte el 23% de los empresarios comentan que se han preocupado de mejorar las condiciones laborales de sus empleados y otro 23% se han preocupado de mantener un comportamiento ético en todas sus prácticas.

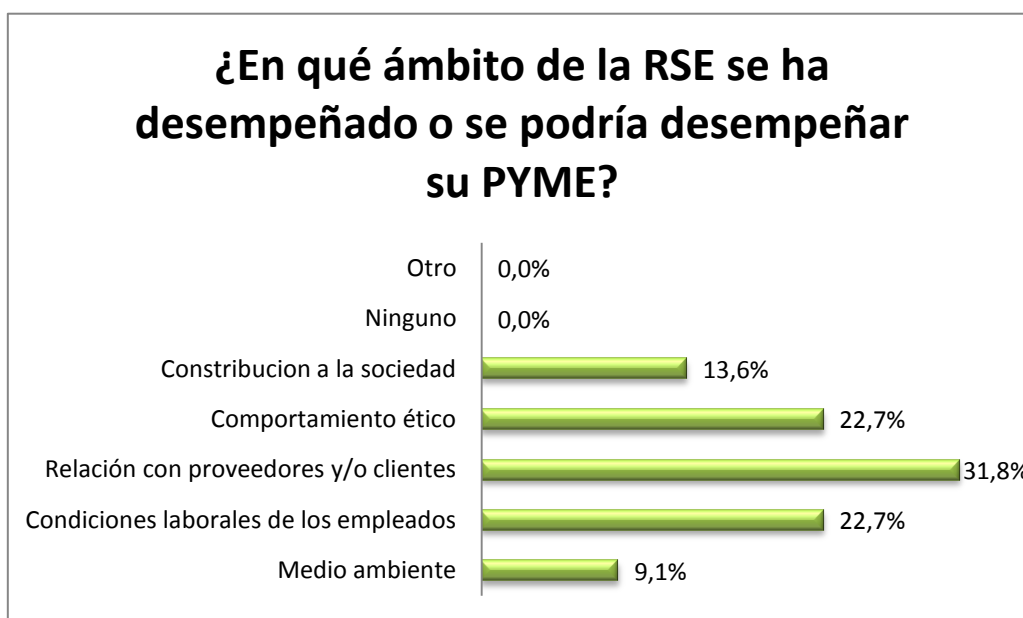


Gráfico 5

Fuente: elaboración propia, 2010

✓ Al lograr aplicar la responsabilidad social empresarial en las empresas se pueden obtener diferentes beneficios como hemos podido apreciar en este estudio, uno de los mayores beneficios que perciben los pequeños y medianos empresarios hace referencia a las mejorar la imagen y reputación de la empresa hacia la comunidad opción indicada por un 22,7% de encuestados y con el mismo porcentaje se sienten beneficiadas con obtener una mayor fidelidad por parte de sus clientes, aspecto muy importante para las pymes. Además un 18% aprueba que con estas prácticas logran diferenciarse de las otras pymes que representan

una competencia para ellos al igual que lograr obtener un mayor compromiso y por ende mayor productividad de sus trabajadores.

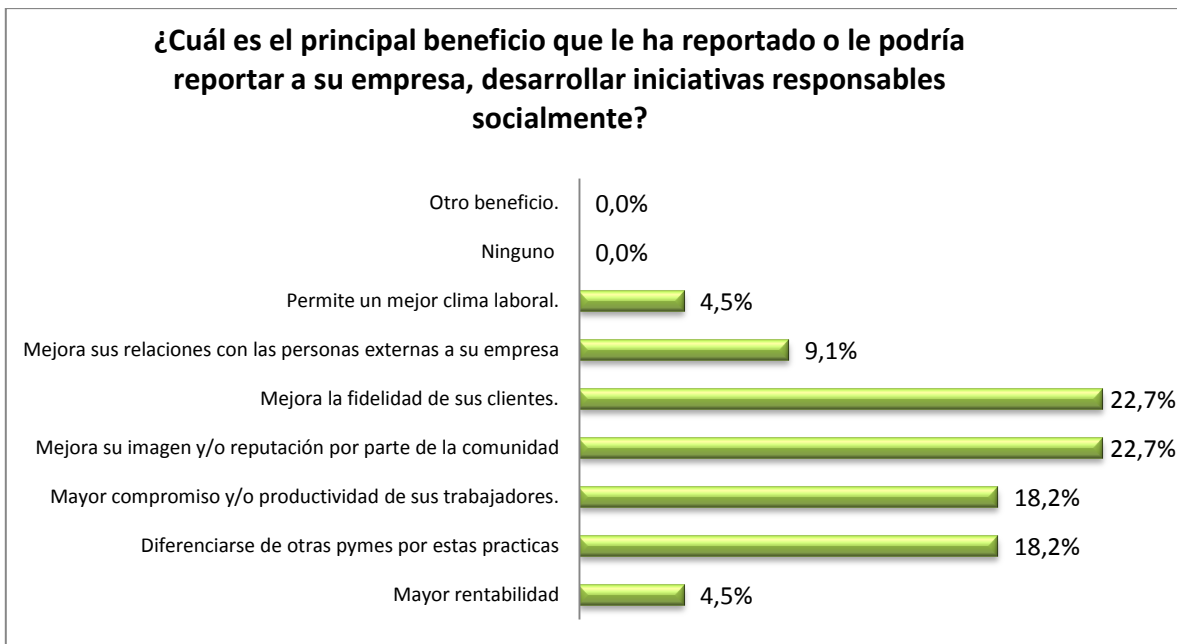


Gráfico 6

Fuente: elaboración propia, 2010

2. Análisis en relación al nivel de aplicación de la RSE por parte de los pequeños y medianos empresarios.

✧ Aspectos en relación a los Valores y Transparencia

Según los datos obtenidos en este estudio los dueños de las pequeñas y medianas empresas consideran muy importante los valores que guían a las empresas y la transparencia con la que se realizan las diversas funciones, es por esto que el 82% de los encuestados se han preocupado de mantener definidos sus valores y a su vez encargarse de que ellos se han conocidos y respetados por cada uno de los participantes de su empresa.

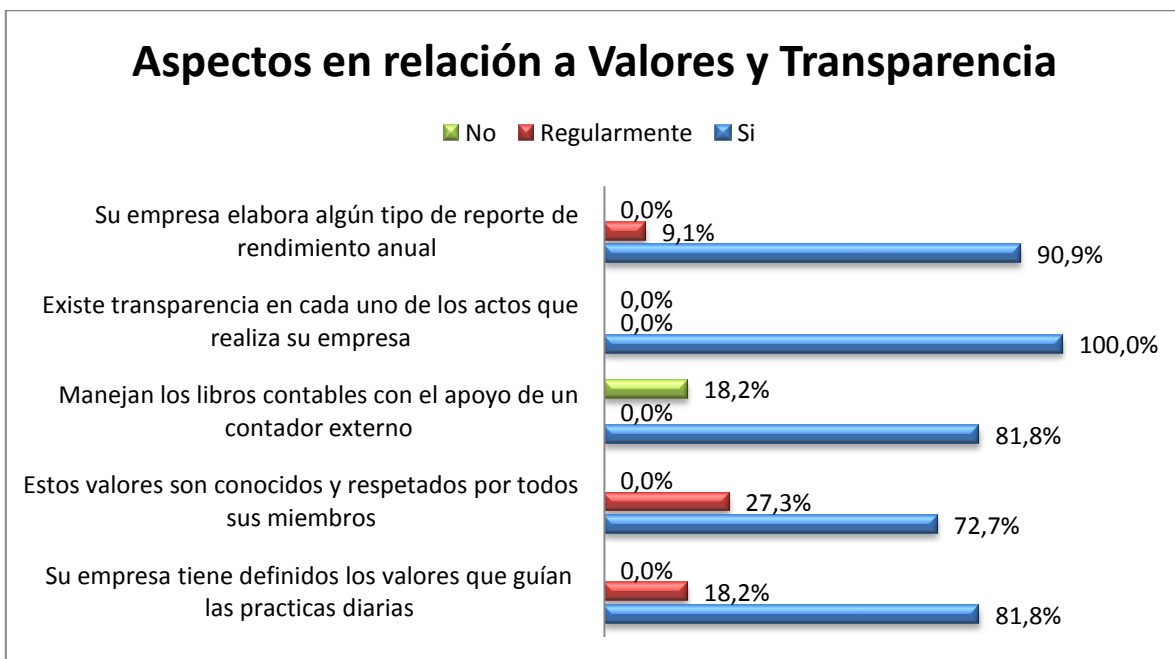


Gráfico 7.1

Fuente: elaboración propia, 2010

Y a pesar de que las pymes pueden presentar una menor cantidad de recursos económicos el 81% de los encuestados reconoció que se preocupan de que su contabilidad sea administrada por un contador externos con él cual realizan un reporte de rendimiento año a año y a pesar del gasto que esto signifique pero

ese gasto se ve compensado con la administración adecuada de su contabilidad y la transparencia que esto que implica.

✧ **Aspectos en relación con los trabajadores**

Uno de los aspectos más considerados por los pequeños y medianos empresarios son sus trabajadores, ellos tienen claro que son un pilar muy fundamental para el crecimiento de sus empresas por lo cual son los primeros en obtener los beneficios que pueden ser proporcionados por los empresarios.

Por lo anterior el 73% de las pymes se preocupan de mantener remuneraciones justas a las labores de cada uno de los trabajadores manteniendo una equidad entre ellos sin discriminar, respetándoles sus derechos laborales y también su dignidad como persona. Junto con esto el 91% se encarga de promover la existencia de un clima laboral sano, agradable, comunicativo y respetuoso para que el estar trabajando sea lo más ameno posible y logrando resguardar la seguridad e higiene en el lugar de trabajo.

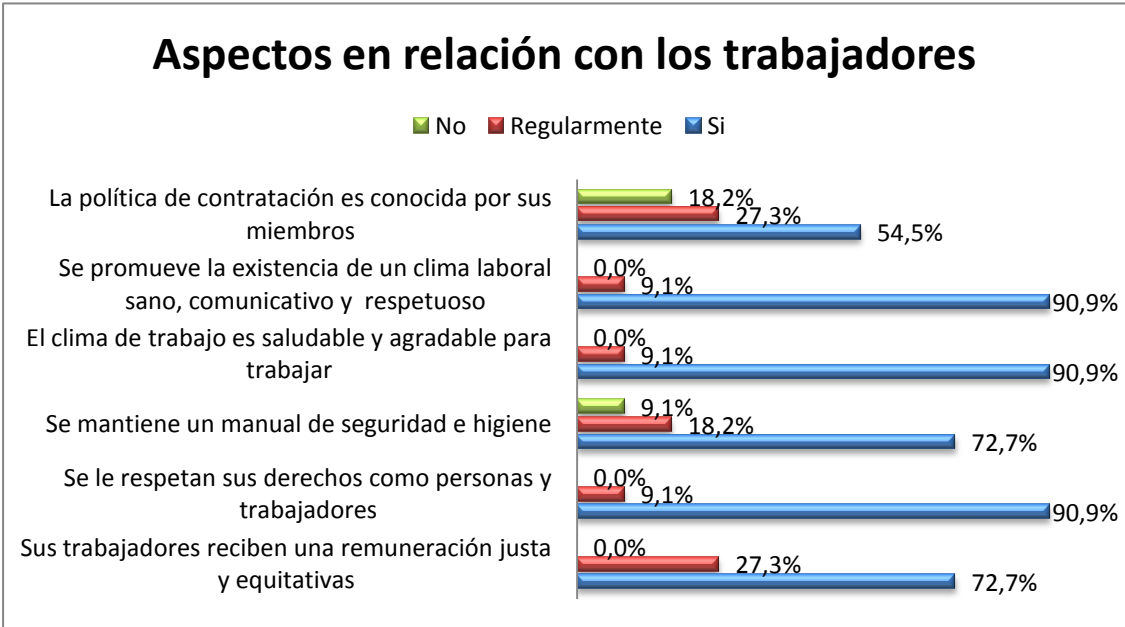


Gráfico 7.2

Fuente: elaboración propia, 2010

✧ **Aspectos en relación con los proveedores**

La mayoría de las pymes no tienen un gran poder de negociación con sus proveedores por lo que deben ser muy cautelosos y cuidadosos en este tema, es por esto que se encargan de mantener una buena relación con cada unos de ellos, ya sea por parte de los dueños quienes un 82% se preocupan de realizar los pagos en las fechas acordadas y por parte de los trabajadores en entregarles un buen trato. A pesar de que no pueden darse muchos lujos de perder un proveedor el 82% de los encuestados concuerda en que deben trabajar con proveedores que mantengan la misma línea de valores que su empresa mantiene y en ese punto algunos fueron tajantes.

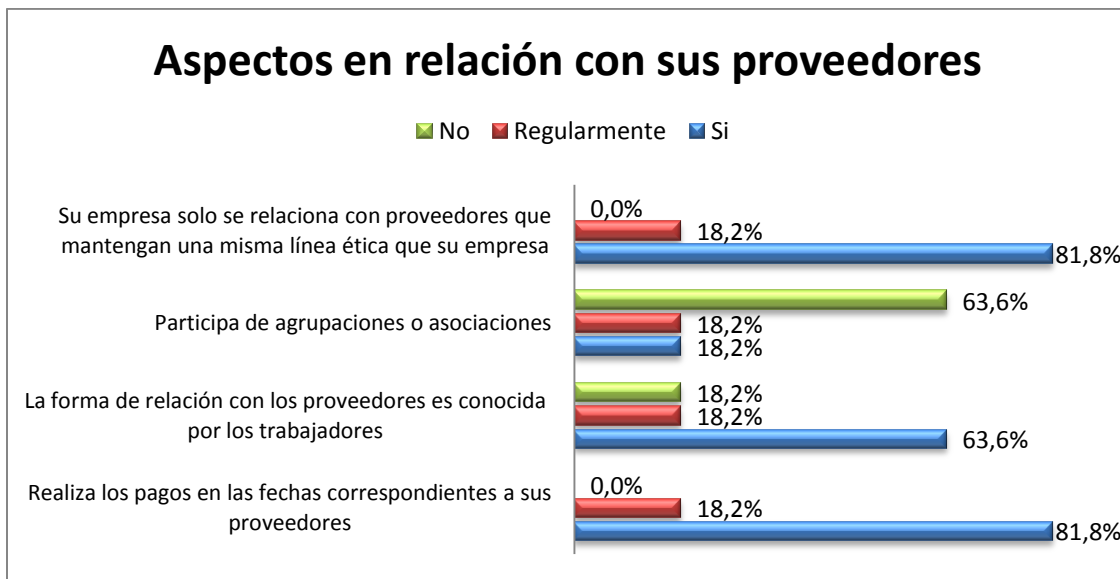


Gráfico 7.3

Fuente: elaboración propia, 2010

✧ **Aspectos en relación con sus clientes**

Los clientes de las pymes son muy bien cuidado ya que al igual que los trabajadores son un pilar fundamental, difícil de atraer pero ya una vez captada su atención solo deben encargarse hacer que se logre fidelizar con la empresa, es

por esto que el 82% se encargan de que sus trabajadores entreguen siempre un trato respetuoso y amable a cada uno de sus clientes, y mientras que el 91% le respeta sus derechos como consumidores.

La satisfacción de los clientes es un aspecto valioso en este tema y por ende las pymes de alguna forma han tratado de implementar algún tipo de mecanismo que puedan acoger las sugerencias y reclamos por parte de sus consumidores, ya sea por correo electrónico, teléfono o personalmente. Y a pesar que el 91% declara que siempre entrega un producto de calidad, el 82% asegura estar dispuesto a que en caso de que el producto llegara a presentar algún defecto se realice la reposición de forma inmediata, esto debido a que deben cuidar la imagen que tiene cada cliente de su empresa.



Gráfico 7.5
Fuente: elaboración propia, 2010

✧ Aspectos en relación con la comunidad

Las pymes no cuentan con grandes recursos económicos como para poder realizar grandes aportes a la comunidad que lo rodea o quienes lo necesiten, es por esto que solo el 27% de los encuestados ha logrado participar en alguna iniciativa para apoyar causas sociales, pero el 91% están dispuesto y tiene toda la motivación de poder ayudar a la comunidad que rodea la empresa, pero no han logrado encontrar la manera adecuada para hacerlo ya que no tiene un conocimiento acabado de las necesidades que presenta la comunidad, pero encuentran que es un factor importante y de gran valor.

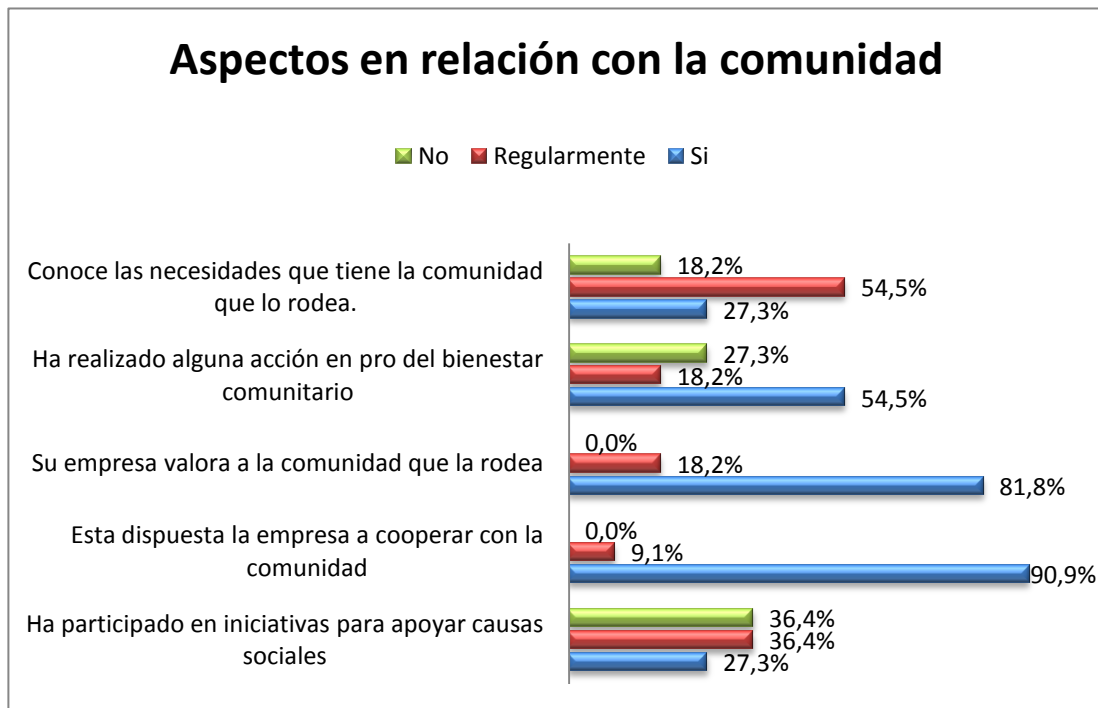


Gráfico 7.5

Fuente: elaboración propia, 2010

✧ Aspectos en relación al medio ambiente

El medio ambiente es un tema que atrae muchas críticas hoy día ya sean favor o en contra, y si una empresa no es capaz de preocuparse por el cuidado del planeta presentara una gran debilidad frente a sus competidores, debido a que el consumidor de hoy en día está más consciente y con un actuar más crítico en relación a estos temas. Debido a esto 82% de los encuestados se preocupan de no realizar alguna acción que contamine el medio ambiente y su vez han logrado implementar normas de ahorro energético en sus empresas. Sin embargo, se encuentran débiles en lo que respecta a la capacitación de sus trabajadores en relación a las precauciones que pueden tener para lograr cuidar los recursos naturales y también energéticos.

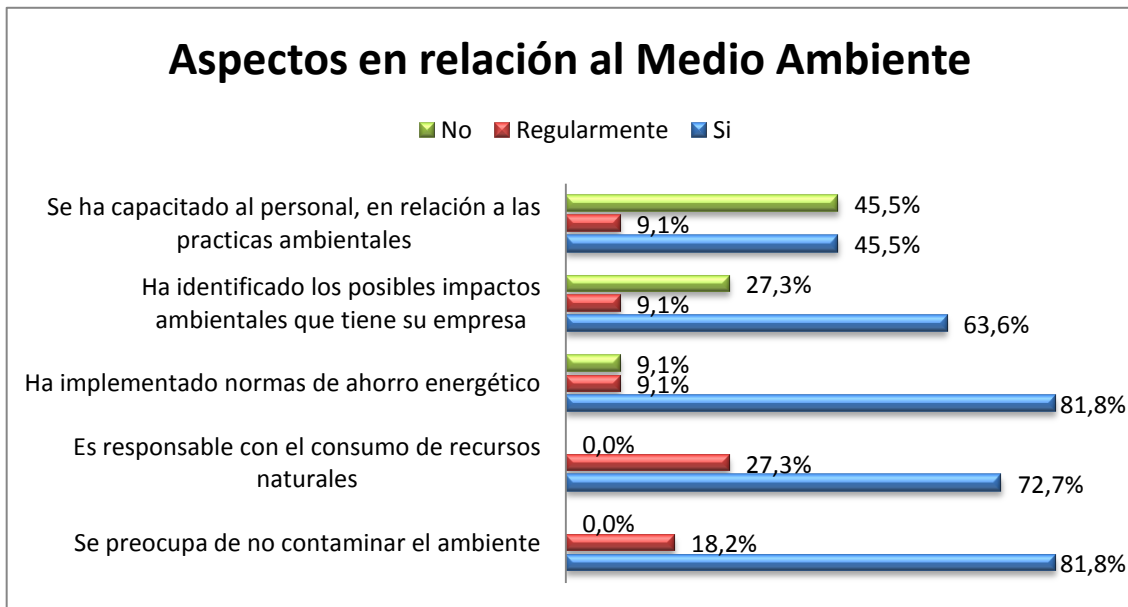


Gráfico 7.6

Fuente: elaboración propia, 2010