

UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y FINANCIERAS
CARRERA DE ECONOMÍA
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS “IEE”



**“EVALUACION DE LA APLICACIÓN DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL MEDIANTE EL CONOCIMIENTO EN LAS
PYMES, SECTOR TEXTIL DEL DISTRITO 6 DE LA CIUDAD DE
EL ALTO”**

T E S I S

**PARA OPTAR EL GRADO ACADEMICO DE MAGISTER SCIENTARUM EN
GESTIÓN DE PROYECTOS Y PRESUPUESTOS**

PRESENTADA POR:

Lic. JOSE LUIS LORAS ESTREMADOIRO

TUTOR: M.Sc. Pastor Yanguas Navarro

LA PAZ – BOLIVIA

2019

AGRADECIMIENTO

Al finalizar un trabajo tan arduo y lleno de dificultades como el desarrollo de una tesis de Maestría es inevitable que te asalte un muy humano egocentrismo que te lleva a concentrar la mayor parte del mérito en el aporte que has hecho. Sin embargo, el análisis objetivo te muestra inmediatamente que la magnitud de ese aporte hubiese sido imposible sin la participación de personas e instituciones que han facilitado las cosas para que este trabajo llegue a un feliz término. Por ello, es para mí un verdadero placer utilizar este espacio para ser justo y consecuente con ellas, expresándoles mis agradecimientos.

A mi familia por su constante apoyo y estímulo brindado durante estos dos años orientados al logro de mi meta.

Al Profesor M.Sc. Pastor Yanguas Navarro por aceptar ser mi tutor para realizar esta tesis bajo su dirección.

Al señor Director y Coordinador del Instituto de Investigaciones Económicas de la UMSA y a todos los docentes quienes fueron parte de la Maestría por su importante aporte y participación activa en el desarrollo de los dos años.

A las empresas participantes en la investigación, ya que de no haberme abierto las puertas nunca habría obtenido la información necesaria para realizar la tesis.

A todas las personas quienes de una u otra forma contribuyeron con su granito de arena.

DEDICATORIA

Al creador de todas las cosas, el que me dio fortaleza para continuar cuando estuve a punto de caer; por ello, dedico el presente trabajo de investigación a Dios.

A mi Familia, por la paciencia brindada durante estos dos años proporcionándome el equilibrio emocional necesario a través de su comprensión, cariño y amor. Este nuevo logro es en gran parte gracias a ustedes que alcancé concluir con éxito, un proyecto que en un principio me parecía tarea titánica e interminable.

Quiero dedicar mi tesis a ustedes, personas de bien, seres que ofrecen amor, bienestar y los finos deleites de la vida.

I N D I C E

1. ANTECEDENTES	1
.....	1
CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL METODOLÓGICO	6
1.1 DELIMITACIÓN DEL TEMA	6
1.1.1 Delimitación espacial	6
1.1.2 Delimitación temporal.....	6
1.1.3 Delimitación sectorial, de políticas, institucional, regional, otros.	6
1.1.4 Referencia histórica de datos que no involucra el periodo de investigación.	7
1.1.5 Restricción de variables y categorías económicas	7
1.1.5.1 Identificación de categorías económicas.....	7
1.1.5.2 Identificación de variables económicas y operacionalización	8
1.1.5.3 Definición de variables	8
1.1.5.4 Operacionalización de variables.....	9
1.2 PLANTEAMIENTO DEL OBJETO DE LA INVESTIGACION	9
1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN	10
1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.4.1 Problematización.....	10
1.4.2 Identificación del problema.....	12
1.5 OBJETIVOS	13
1.5.1 General.....	13
1.5.2 Específicos	13
1.6 PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS	13
1.7 APLICACIÓN METODOLÓGICA	13
1.7.1 Paradigma.....	13
1.7.2 Epistemología de la investigación.....	14

1.7.3 Tipo de investigación	14
1.7.4 Tipo de estudio.....	14
1.7.5 Diseño de la investigación	14
1.7.6 Unidad de estudio.....	15
1.7.7 Población y muestra	15
1.7.7.1 Población.....	15
1.7.7.2 Muestra.....	15
1.7.8 Métodos de investigación.....	16
1.7.9 Técnicas e instrumentos	17
1.7.10 Tipos de técnicas	17
1.7.11 Técnicas.....	17
1.7.12 Instrumentos.....	18
1.8 JUSTIFICACIÓN	19
1.8.1 Económica.....	19
1.8.2 Práctica.....	24
1.8.3 Social.....	24
1.8.4 Medio ambiental.....	25
1.9 MATRIZ DE CONSISTENCIA DE VARIABLES.....	27
2. Medio ambiente	27
3. Ética empresarial.....	27
4. Compromiso con la comunidad	27
5. Clima organizacional	27
6. Marketing responsable	27
CAPITULO II: ESTADO DEL ARTE DE LA INVESTIGACION	34
2.1 Elementos conceptuales y definiciones.....	34
2.1.1 Proyectos de inversión	34
2.1.2 Responsabilidad social empresarial	34

2.1.3 Ética empresarial.....	34
2.1.4 Stakeholders.....	35
2.1.5 Productividad.....	35
2.1.6 Likert.....	35
2.6.7 Estrategia.....	35
2.1.8 Medio ambiente.....	35
2.1.9 Marketing responsable.....	35
2.1.10 Calidad de vida laboral.....	36
2.1.11 Pequeña empresa.....	36
2.1.12 Mediana empresa.....	36
2.1.13 Grado.....	36
2.1.14 Estado.....	37
2.2 MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE.....	37
2.2.1 Teoría fundamental.....	37
2.2.1.1 Escuela de pensamiento económico clásico.....	37
2.2.1.2 Teoría moderna.....	38
2.2.1.3 Cuerpo de teorías.....	38
2.2.2 Estado del arte.....	45
CAPITULO III: REFERENCIA DE POLITICAS, NORMAS E	
INSTITUCIONAL.....	48
CAPÍTULO IV: FACTORES DETERMINANTES DEL TEMA.....	51
4.1 Solución objetivos específicos 1.5.2.1 y 1.5.2.2 de la página número 13 de la presente investigación.....	51
3.1 CONSOLIDACIÓN DE LAS RESPUESTAS POR ÁREAS.....	80
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y SOLUCIONES PRÁCTICAS.....	85
5.1 CONCLUSIONES.....	85
5.2 RECOMENDACIONES.....	86
5.3 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS.....	87

5.4 VERIFICACION DE LA HIPÓTESIS	87
5.5 EVIDENCIA TEORICA	89
5.6 SOLUCION PRÁCTICA DE LA PROPUESTA	91
5.7 OBJETIVOS	93
5.7.1 General.....	93
5.7.2 Específicos	93
6.8 EJECUCIÓN DEL PROYECTO	93
6.9 INDICADORES Y RESULTADOS ESPERADOS	96
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	99

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 1: El Alto Base Empresarial por gestión según actividad Económica 2012 - 2017.....	4
Tabla N° 2: Cadena de valor	20
Tabla N° 3: ¿Posee conocimiento de la temática de la RSE?	51
Tabla N° 4: ¿Observa Ud. prácticas de RSE en su empresa?	52
Tabla N° 5: ¿Considera Ud. que la empresa informa satisfactoriamente	53
Tabla N° 6: Encuentra Ud. relevante implantar una	54
Tabla N° 7: ¿Aporta la empresa al bienestar de su comunidad?.....	55
Tabla N° 8: ¿Considera Ud. interesantes charlas informativas sobre la implementación de prácticas socialmente responsables?	56
Tabla N° 9: ¿Cree Ud. que la empresa considera la opinión de los	57
Tabla N° 10: ¿Observa Ud. preocupación por parte de la	58
Tabla N° 11: ¿Se preocupa su empresa por actividades de integración.....	59
Tabla N° 12: ¿Toma la empresa medidas adecuadas que	60
Tabla N° 13. ¿La empresa alienta a trabajadores para que desarrollen libremente sus habilidades y formen una carrera perdurable en el tiempo con posibilidades de promoción?	61
Tabla N° 14: ¿Cumple con las obligaciones legales que	62
Tabla N° 15: ¿Observa Ud. que se realicen investigaciones.....	63
Tabla N° 16: Conoce la misión y visión de la empresa?.....	64
Tabla N° 17: ¿Conoce las normas de conducta de la empresa?.....	65
Tabla N° 18: ¿Considera Ud. que las normas de conducta de	66
Tabla N° 19: ¿La empresa hace partícipe a los trabajadores de.....	67
Tabla N° 20: ¿La empresa promueve un vocabulario	68
Tabla N° 21: ¿Observa Ud. que la empresa brinda oportunidades	69
Tabla N° 22: ¿Considera Ud. que la empresa confía en la.....	70

Tabla N° 23: ¿La empresa respeta tanto la capacidad como el tiempo.....	71
Tabla N° 24: ¿Encuentra Ud. que la empresa actúa con transparencia.....	72
Tabla N° 25: ¿Considera Ud. que una práctica adecuada de responsabilidad	73
Tabla N° 26: ¿considera la empresa información sobre sus	74
Tabla N° 27: ¿Considera Ud. que un buen clima laboral beneficia	75
Tabla N° 28: ¿Cree Ud. que trabajar bajo una política de responsabilidad	76
Tabla N° 29. ¿Promueva actividades de capacitación enfocadas al.....	77
Tabla N° 30: ¿Demuestra interés la empresa por reclamos y/o	78
Tabla N° 31. ¿Existe un clima dentro de la empresa, donde se	79
Tabla N° 32: consolidación de las respuestas por áreas.....	80
Tabla N° 33. Relaciones laborales y participación de los trabajadores en la toma de decisiones y gestión de la empresa.....	81
Tabla N° 34: Valores y ética en la empresa	82
Tabla N° 35: Productividad de la empresa.....	83
Tabla N° 36: Consolidación de respuestas de la encuesta	84
Tabla N° 37: Valoración para dos criterios.....	92
Tabla N° 38: Indicadores	96
Tabla N° 39: Resultados esperados.....	97

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Base empresarial por actividad económica 2012 - 2017.....	5
Gráfico N° 2: Plano de ubicación distrito N° 6.....	6
Gráfico N° 3: Relación causa – efecto	12
Gráfico N° 4: Áreas de interés para la aplicación de RSE.....	20
Gráfico N° 5: Aplicación de la cadena de valor.....	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 6: Impacto de la cadena de valor	¡Error! Marcador no definido.
Gráfico N° 7: Beneficios que reciben las empresas que aplican RSE	24
Gráfico N° 8: Ámbito de interés para realizar acciones de RSE.....	50
Gráfico N° 9: ¿Posee conocimiento de la temática de la RSE?	51
Gráfico N° 10: ¿Observa Ud. prácticas de RSE en su empresa?.....	52
Gráfico N° 11: ¿Considera Ud. que la empresa informa satisfactoriamente sobre las prácticas de RSE?.....	53
Gráfico N° 12: ¿Encuentra Ud. relevante implantar una política de RSE en su empresa?	54
Gráfico N° 13: ¿Aporta la empresa al bienestar de su comunidad?.....	55
Gráfico N° 14: ¿Considera Ud. interesante charlas informativas sobre la implementación de prácticas socialmente responsables?	56
Gráfico N° 15: ¿Cree Ud. que la empresa considera la opinión de los trabajadores en materia de toma de decisiones?.....	57
Gráfico N° 16: ¿Observa Ud. preocupaciones por parte de la empresa en materia de capacitaciones?.....	58
Gráfico N° 17: ¿Se preocupa su empresa por actividades de integración (convivencias, cumpleaños, actividades de relajación entre otras), que mejoren el clima laboral?	59
Gráfico N° 18: ¿Toma la empresa medidas adecuadas que proporcionen suficiente protección a sus empleados?.....	60
Gráfico N° 19: ¿La empresa alienta a trabajadores para que desarrollen sus habilidades y formen una carrera perdurable en el tiempo con posibilidades de promoción?.....	61

Gráfico N° 20: ¿Cumple con las obligaciones legales que aseguran buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad?	62
Gráfico N° 21: ¿Observa Ud. que se realicen investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción e identificar áreas que repusieran atención en la empresa?	63
Gráfico N° 22: ¿Conoce la misión y visión de la empresa?.....	64
Gráfico N° 23: ¿Conoce las normas de conducta y valores de la empresa?	65
Gráfico N° 24: ¿Considera Ud. que las normas de conducta de la empresa se encuentran correctamente aplicadas?	66
Gráfico N° 25: ¿La empresa hace partícipe a los trabajadores de los valores de la institución?	67
Gráfico N° 26: ¿¿La empresa promueve un vocabulario de respeto, amistad y compañerismo entre los diferentes actores dentro de la organización?	68
Gráfico N° 27: ¿Observa Ud. que la empresa brinda oportunidades laborales a grupos socialmente vulnerables tales como personas discapacitadas, jóvenes de escasos recursos, o personas sin experiencia laboral?.....	69
Gráfico N° 28: ¿Considera Ud. que la empresa confía en la capacidad y desempeño del trabajador?.....	70
Gráfico N° 29: ¿La empresa respeta tanto la privacidad, como el tiempo y espacio que tienen los trabajadores dentro de la institución?	71
Gráfico N° 30: ¿Encuentra Ud. que la empresa actúa con transparencia en el entorno en que se desenvuelve?	72
Gráfico N° 31: ¿Considera Ud. que una práctica adecuada de responsabilidad social influye positivamente en la productividad de la empresa?	73
Gráfico N° 32: ¿Comparte la empresa información sobre sus estados financieros?.....	74
Gráfico N° 33: ¿Considera Ud. que un buen clima laboral beneficia la productividad empresarial?	75
Gráfico N° 34: ¿Cree Ud. que trabajar bajo una política de responsabilidad social proporciona perdurabilidad de la empresa en el tiempo?.....	76

Gráfico N° 35: ¿Promueve actividades de capacitación enfocadas al desempeño de tareas específicas dentro de la empresa?	77
Gráfico N° 36: ¿Demuestra interés la empresa por reclamos y/o sugerencias de trabajadores?	78
Gráfico N° 37: ¿Existe un clima dentro de la empresa donde se puedan tocar temas financieros en caso de necesidades del puesto?	79
Gráfico N° 38: Grado de conocimiento y aplicación de la responsabilidad social empresarial	80
Gráfico N° 39: Relaciones laborales y participación de los trabajadores en la toma de decisiones y gestión de la empresa.....	81
Gráfico N° 40: Valores y ética en la empresa	82
Gráfico N° 41: Productividad de la empresa	83
Gráfico N° 42: Consolidación de respuesta de la encuesta.....	84

INDICE DE ANEXOS

ANEXO N° 1: Análisis FODA de las PyMES

ANEXO N° 2: Cuestionario

ANEXO N° 3: Imágenes sobre el tema de investigación

ANEXO N° 4: Tabla de vaciado de datos

ANEXO N° 5: Vaciado de datos para el cálculo del Coeficiente del Alfa de Cronbach

ANEXO N° 6: Clasificación de empresas y empresas participantes

ANEXO N° 7: Indicadores GRI (Iniciativa de Reporte Global) de RSE.

ANEXO N° 8: Norma ISO 26000

ANEXO N° 9: Indicadores ETHOS

ANTECEDENTES

EVALUACION DE LA APLICACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL MEDIANTE EL CONOCIMIENTO EN LAS PYMES, SECTOR TEXTIL DEL DISTRITO 6 DE LA CIUDAD DE EL ALTO.

1. ANTECEDENTES

El modo de producción capitalista, en sus orígenes se caracterizó por el artesanado, la manufactura, la industria y luego la gran industria considerados como agentes económicos que solo buscaban la mejor combinación de los factores (Tierra, Trabajo, Capital, Tecnología y Recursos Humanos), para producir los bienes demandados por la sociedad. Conscientes de ello, las sociedades adelantadas tecnológicamente han implementado una nueva forma de encarar los procesos de producción con responsabilidad y armonía con el medio ambiente a través de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

Hacia finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, y como consecuencia de la constatación de la creciente importancia de la empresa en el entorno socioeconómico, toma cuerpo con fuerza la doctrina relativa a la existencia de una responsabilidad social empresarial, que parte de la apreciación del trascendental papel que la empresa desempeña en el contexto social y del considerable impacto de sus actuaciones: desde la perspectiva de la sociedad, la empresa se ha convertido en un importante agente social, cuyo rol es necesario redefinir en unos términos más acordes con el sentir general de la sociedad. Este cambio de mentalidad y de expectativas genera presiones sobre la institución empresarial que reclaman la consideración de las externalidades y costos sociales generados por su actividad, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio socioeconómica de la entidad.

El Desarrollo Económico y Social de Bolivia, se desenvuelve bajos los diferentes factores políticos, económicos, sociales, culturales, religiosos y otros, basados en macro directrices como los son la Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia, el Plan General de Desarrollo Económico Social, así como en sus Leyes conexas.

El Estado boliviano, en esa su dirección fundamental basada en la desestructuración del Colonialismo y del modelo Neoliberal, a la cabeza del Sr. Presidente del Estado

Plurinacional Don Juan Evo Morales Ayma, ha implementado y está ejecutando políticas que hacen al Estado el agente promotor dinamizador del desarrollo nacional.

Dentro de las unidades económicas se tiene el accionar de las propias unidades empresariales del Estado, aquellas que son de carácter comunal y las unidades de carácter privado, todas orientadas a la producción de bienes y servicios para la satisfacción del permanente crecimiento de las necesidades de la población.

Pero, hágase o póngase énfasis en lo que implica la producción de bienes y servicios. Es el accionar de las diferentes unidades económicas cuyo flujo de factores, se expresa en el imput de los mismos y en ouput de productos.

Un imput que significa el insumir de factores que en la mayoría de los casos significa el consumo de recursos naturales entre renovables y no renovables. Pero asimismo, un ouput que al margen de la obtención de productos tiene un efecto paralelo en el sistema medio ambiental.

Demás está el de querer dar cuenta de un inventario nocivo del que inevitablemente sufre nuestro entorno ambiental. Sin embargo lo que si amerita es el de proponer acciones al menos mitigantes a la realidad que genera el hombre en detrimento de la madre naturaleza. Ahora bien, es aplicable o no este concepto a la realidad boliviana?, es precisamente lo que determina la cabal concepción de la frase del objetivo principal que se propone en el desarrollo del presente trabajo, el cual se realizará a través de la revisión bibliográfica de diferentes tratadistas del tema, cuyos objetivos específicos, que es el de consultar información relacionada al tema, realizar la recopilación de la información bibliográfica para tener la concepción del significado estricto de Responsabilidad Social Empresarial. Una guía hipotética de trabajo, es el poder discernir su categórico significado, se habrá determinado una categoría del accionar empresarial que deberían observar las diferentes unidades económicas en su gestión empresarial, situación que además se enmarcará a lo que se expresa en la actual Constitución Política del Estado Plurinacional y en las políticas medioambientales expresadas en el Plan Nacional de Desarrollo Económico Social.

En la actualidad, la realidad económica en muchos países en vía de desarrollo como Bolivia, atraviesan por tremendas desigualdades que inciden significativamente en la calidad de vida de los Bolivianos, debido a la situación económica en los ámbitos de la agroindustria, agropecuarios y de textiles principalmente, incidiendo y ampliando significativamente la brecha del desempleo, en el cierre de empresas, aunado al poco interés en la inversión interna y externa como consecuencia del riesgo e incertidumbre generando un escenario poco confiable, en donde la economía informal se ha incrementado y está dando paso a que muchos pequeños empresarios emprendedores generen su propio autoempleo, formen sus microempresas que les permite afrontar su auto sustento en esta cruda realidad que vivimos actualmente.

En éste sentido, en Bolivia durante los últimos años, mediante la política de desarrollo implementada por nuestro gobierno se viene realizando crecientes inversiones en lo que concierne al sector público, en cuanto al sector privado se crea las mejores condiciones para que los emprendedores privados inviertan para generar efectos o impactos de naturaleza diversa, directos, indirectos, externos e intangibles en nuestro Estado.

En Bolivia, la actividad de las Pequeñas y medianas Empresas (PYMEs), desempeñan un papel dominante en la generación de empleo e ingresos para amplios sectores de la población, logrando con ello un progreso técnico y un crecimiento económico, muy representativo para el país en las áreas de manufactura, comercio y servicios, en el departamento de La Paz y El Alto, el aporte en el PIB departamental fue de 2.92% y para el año 2017 fue de 3.2%, mientras que a nivel Nacional en el 2016 el aporte del sector textil fue del 0.7% mientras que para el 2017 fue del 0.6%, (Instituto Nacional de Estadística). Sin embargo no se debe olvidar que las PYMEs todavía se siguen conformando con empleados conformados por grupos familiares, produciendo a baja escala, con tecnología atrasada y bajos niveles de productividad, atendiendo generalmente segmentos de mercado locales y con poca iniciativa de priorizar estándares internacionales y lograr exportar.

Las PYMES del país tienen las siguientes características: (Banco Santander Central Hispano, 2007, págs. 1-9)

- Son manejadas por sus propietarios y entorno familiar
- Tiene como máximo de 11 a 50 empleados
- Son unidades económicas familiares
- Combinan los recursos humanos entre familiares y personas ajenas
- El valor de sus ventas anuales llega hasta \$us. 1,200,000
- El valor de sus activos no supera los \$us. 100,000
- Pueden lograr niveles de ahorro
- Las finanzas del negocio están registradas contablemente
- Tienen acceso al sistema bancario y a los servicios no financieros
- Su capacidad técnica y de gestión es limitada
- Tienen cierto conocimiento de herramientas de gestión
- Generalmente estas unidades económicas son atomizadas
- Existe división de funciones en su organización
- Cuentan con infraestructura productiva relativamente aceptable y está diferenciada de su habitat familiar
- Adaptación rápida a la coyuntura económica.

Tabla N° 1: El Alto Base Empresarial por gestión según actividad Económica 2012 - 2017.

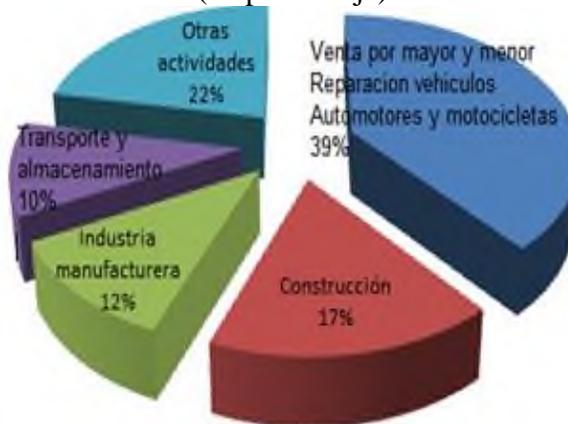
ACTIVIDAD	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Venta por mayor y menor: reparación de vehículos automotores y motocicletas	995	2764	1757	691	740	615
Construcción	628	740	605	511	433	400
Industria manufacturera	345	688	477	217	244	280
Servicios profesionales y técnicos	65	83	226	175	99	120
Información comunicaciones	65	473	185	43	89	95
Transporte y almacenamiento	233	732	654	148	125	160
Actividades de servicios administrativos	44	152	113	37	25	40
Servicios de educación	17	47	37	14	12	15
Explotación de minas y canteras	12	41	38	30	32	28
Agricultura, ganadería, caza, pesca y silvicultura	10	8	5	8	6	10
Actividades de alojamiento y servicios de comidas	57	240	170	34	55	57
Intermediación financieras y seguros	25	23	18	7	8	10

Servicios de salud y de asistencia social	23	89	57	15	30	25
Actividades artísticas de entretenimiento	16	80	37	9	7	15
Suministro de electricidad, gas y otros	0	2	0	0	0	0
Suministro de agua	3	8	5	5	1	3
Actividades inmobiliarias	46	112	99	6	9	11
Otras actividades de servicios	20	178	114	20	12	15
TOTAL	2622	6603	4546	1894	1914	1899

Fuente: FUNDEMPRESA EL ALTO, 2017.

Según los datos del cuadro, se puede apreciar que existe una tendencia creciente en la actividad de la industria manufacturera, porcentualmente se ubica en el quinto lugar de las actividades económicas de la ciudad de El Alto, con tendencia creciente, por ello es que éste sector brinda elementos necesarios para realizar la investigación propuesta.

Gráfico N° 1: Base empresarial por actividad económica 2012 - 2017
(en porcentaje)



Fuente: FUNDEMPRESA EL ALTO, 2017.

CAPITULO I
MARCO
REFERENCIAL

CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL METODOLÓGICO

1.1 DELIMITACIÓN DEL TEMA

1.1.1 Delimitación espacial

El área para la recolección de datos se encuentra ubicado en la Ciudad de El Alto, Distrito N° 6., mismo que consta de las siguientes Zonas:

Gráfico N° 2: Plano de ubicación distrito N° 6

1. Los Andes
2. Alto Lima Cuarta Sección
3. Alto Lima
4. Los Andes
5. Villa Victoria
6. Alto Lima I
7. Ballivián
8. Huayna Potosí
9. 16 de Julio
10. Aeropuerto
11. Anexo Villa Tunari



Fuente: Municipio de El Alto

1.1.2 Delimitación temporal

Por una investigación de carácter exploratoria, estará enmarcada de la gestión 2017.

1.1.3 Delimitación sectorial, de políticas, institucional, regional, otros.

Como bien sabemos, existen tres sectores en la economía, Primario, secundario y terciario, en ese marco la presente investigación se encuentra enmarcada en el sector secundario de la economía, mismo que acoge a las empresas que se encargan de transformar los recursos naturales para la producción de bienes.

En una descripción de éste sector diremos que se encuentra conformado por la artesanía, la industria, la generación de energía, la construcción y la minería.

La industria se clasifica en:

- Industrias pesadas, es la actividad que fabrica bienes de capital.

- Industrias ligeras, elaboran bienes para el consumo directo, como alimentos, automóviles, textiles, informáticas y químicas ligeras.
- Industrias de bienes de equipos, tienen como función transformar productos semielaborados que generan las industrias pesadas en lo que serían bienes y productos acabados.

Bajo las conceptualizaciones mencionadas se determina específicamente que la investigación estará específicamente en lo que se conoce como industria ligera por ser la que involucra a los textiles.

Bajo éste criterio, podemos afirmar que la investigación está enmarcada dentro del ciclo de vida del proyecto conocido como **fase de operación**, paso consecuente para la materialización de empresas, en éste caso privadas.

1.1.4 Referencia histórica de datos que no involucra el periodo de investigación.

Por ser el trabajo de tipo exploratoria de un tema poco investigado y reconocido en nuestro país no se cuenta con referencia histórica de datos que no involucra el periodo de estudio.

1.1.5 Restricción de variables y categorías económicas

1.1.5.1 Identificación de categorías económicas

Las categorías económicas son aquellos conceptos que sólo se dan en determinadas fases del desarrollo de la sociedad; por lo tanto, tienen un carácter menos general y con menor validez histórica, ya que desaparecen cuando se desarrollan nuevas formas (Isacovich, 1974, pág. 9).

En la presente investigación se identifica la categoría económica producción, misma que ha venido sufriendo una serie de cambios en cada uno de los modos de producción, pero no es hasta el inicio del capitalismo luego de la finalización del feudalismo cuando existe la separación de la ciencia con la religión la que da inicio al descubrimiento de tecnologías que van haciendo cada vez más diferente la forma de producción, conjuntamente, las relaciones sociales de producción van evolucionando inmersas en la producción, en la actualidad la producción esta consolidadas a través del uso diverso de la tecnología que nos permite relacionarlo ahora con la aplicación de la responsabilidad social empresarial que debe ser aplicado en el marco productivo.

Otra categoría económica que podemos identificar es el presupuesto, que tiene una relación directa con los costos, debido a que estos son diferentes en cada modo de producción y que vienen cambiando constante mente según sea el uso de la tecnología que se inserte en la producción, y que guarda estrecha relación con la responsabilidad social empresarial para su aplicación ya que al ser de carácter voluntaria y aparentemente al no brindar réditos, muchos socios o propietarios de las empresas son renuentes a su aplicación, hasta el momento en que se dan cuenta de la ventajas que les proporciona.

1.1.5.2 Identificación de variables económicas y operacionalización

El uso de las diferentes variables identificadas en la investigación serán medidas en términos reales tomando como año base el 2016 utilizado por el INE.

- Variable dependiente
 - Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Variables independientes
 - ✓ Medio ambiente
 - ✓ Ética empresarial
 - ✓ Compromiso con la comunidad
 - ✓ Clima organizacional
 - ✓ Marketing responsable

1.1.5.3 Definición de variables

- ✓ Medio ambiente: Es aquel que está compuesto por seres vivos, el suelo, el agua, el aire, los objetos físicos fabricados por el hombre, cultura, etc.
- ✓ Ética empresarial: Es un conjunto de normas morales que tienen la función de regular las relaciones o las conductas de los hombres en las empresas.
- ✓ Compromiso con la comunidad: Es aquel que se traduce en proyectos sociales o humanitarios y el incentivo a empleados para tomar parte en las iniciativas de la comunidad.
- ✓ Clima organizacional: Son el conjunto de relaciones que se llevan a cabo entre los distintos actores de la empresa constituyendo el ambiente en donde los empleados desarrollan sus actividades.

- ✓ Marketing responsable: Es el que influye y condiciona los procesos de producción de bienes y/o servicios en las empresas, provocando mejora integral en sus productos.
- ✓ Responsabilidad Social Empresarial: Es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente.

1.1.5.4 Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento
Medio ambiente	Entorno de la empresa	Programas de conservación del medio ambiente.	Cuestionario
Ética empresarial	Conjunto de normas	Valores empresariales	Cuestionario
Compromiso con la comunidad	Proyectos sociales	Programas que beneficien a la comunidad	Cuestionario
Clima organizacional	Relaciones sociales dentro de la empresa	Programas para mejorar la calidad de vida laboral	Cuestionario
Marketing responsable	Productos de buena calidad	Producción de bienes de calidad	Cuestionario
Dependiente: Responsabilidad Social Empresarial	Mejora situación competitiva	Mayor productividad	Cuestionario
	Valora más la empresa	Lealtad del cliente Mayor credibilidad	Cuestionario
	Nueva visión unificadora	Relaciones comunidad - empresa	Cuestionario

1.2 PLANTEAMIENTO DEL OBJETO DE LA INVESTIGACION

El objeto de la investigación está constituido por los diferentes grupos de interés que constituyen la parte interna y externa de las empresas, más comúnmente conocidos como los Stakeholders, éste relacionamiento permitirá alcanzar conclusiones que determinen con claridad si en las empresas participante del estudio existe o no la aplicación de la Responsabilidad Empresarial.

1.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo repercute sobre la empresa los grupos de interés interno y externos en la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial a través del Medio ambiente, Ética empresarial, Compromiso con la comunidad, Clima organizacional y Marketing responsable?

1.4 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.4.1 Problematización

En el origen de la teoría sobre la responsabilidad social empresarial (RSE), se sitúa la discusión sobre cuál es la función de la empresa en la sociedad y si dicha función es meramente económica o tiene un alcance mayor.

Tradicionalmente, se ha considerado que la empresa como unidad de producción cumple la función económica de producción de bienes y servicios para la satisfacción de las necesidades humanas.

La consideración tradicional de esta función entiende que la empresa, en el desarrollo de su actividad económico-productiva, cumple implícitamente una función social centrada en su contribución a los objetivos generales de la política económica, como metas expresivas del grado de bienestar económico y social deseable por la comunidad. (Castro, 1982, págs. 38-39)

La aplicación de políticas de responsabilidad social se relaciona con un tema ético y con los valores de cada miembro de la Organización o Empresa. En relación a esto, se observa que las políticas aplicadas en distintas empresas son variadas, las mismas se constituyen en lineamientos para definir sus objetivos.

Un programa de ética empresarial se esfuerza por ubicar a las personas correctas en los puestos correctos en la empresa para fomentar y cumplir con las expectativas razonables del partícipe como el medio más seguro para mejorar el rendimiento comercial, las ganancias, y el progreso económico. (Rainch, 2009, pág. 18)

Entonces, podemos decir que la RSE mediante su programa de ética empresarial, debe analizar el contexto relevante de la empresa y su cultura organizativa con la finalidad de identificar los desafíos y a su vez desarrollar las formas más responsables de alcanzarlos.

La Responsabilidad Social Empresarial, implica diferentes formas de aplicación de políticas de responsabilidad social corporativa o empresarial donde frecuentemente se utilizan como una herramienta generadora de beneficios económicos, dada la percepción positiva que estas tienen sobre la sociedad en general. (Navarro, 2007, pág. 25)

En éste contexto, y en el ámbito de estudio el presente trabajo permitirá evaluar la realidad del conocimiento de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas sujetas al estudio, para detectar deficiencias en la aplicación a través de alguno de sus ámbitos de aplicación, como es el caso del bienestar que cada empresa debe brindar a sus empleados. Por ejemplo, en las empresas de la ciudad de El Alto, se nota la ausencia de guarderías infantiles, espacios recreacionales para el desastres laboral, insuficiencia en la seguridad laboral, seguridad industrial, si bien existe el cumplimiento normado por ley en cuanto a salud, existe insuficiencia en lo que concierne a primeros auxilios médicos, la no participación en la toma de decisiones de los trabajadores, debido a que la mayoría practican aún el mando vertical existiendo mucha desconfianza en el mando horizontal, esto provoca que muchos de los componentes no conozcan ni siquiera la misión y visión de su empresa, la inexistencia de una buena relación entre el personal de la empresa e incluso la relación con proveedores y clientes, todos estos elementos van conformando lo que se denomina Clima Organizacional, este puede ser un vínculo o un obstáculo para el buen desempeño de la organización o empresa en su conjunto o de determinadas personas que se encuentran dentro o fuera de ella, puede ser un factor de distinción e influencia en el comportamiento de quienes la integran. Buenas relaciones laborales e integración del trabajador a la gestión empresarial colaboran a un clima laboral más grato y estable.

El Clima Organizacional es un tema de gran importancia hoy en día para casi todas las organizaciones, las cuales buscan un continuo mejoramiento del ambiente de su organización, para así alcanzar un aumento de productividad, sin perder de vista el recurso humano. (Perdiguero & Garcia, 2005, pág. 92)

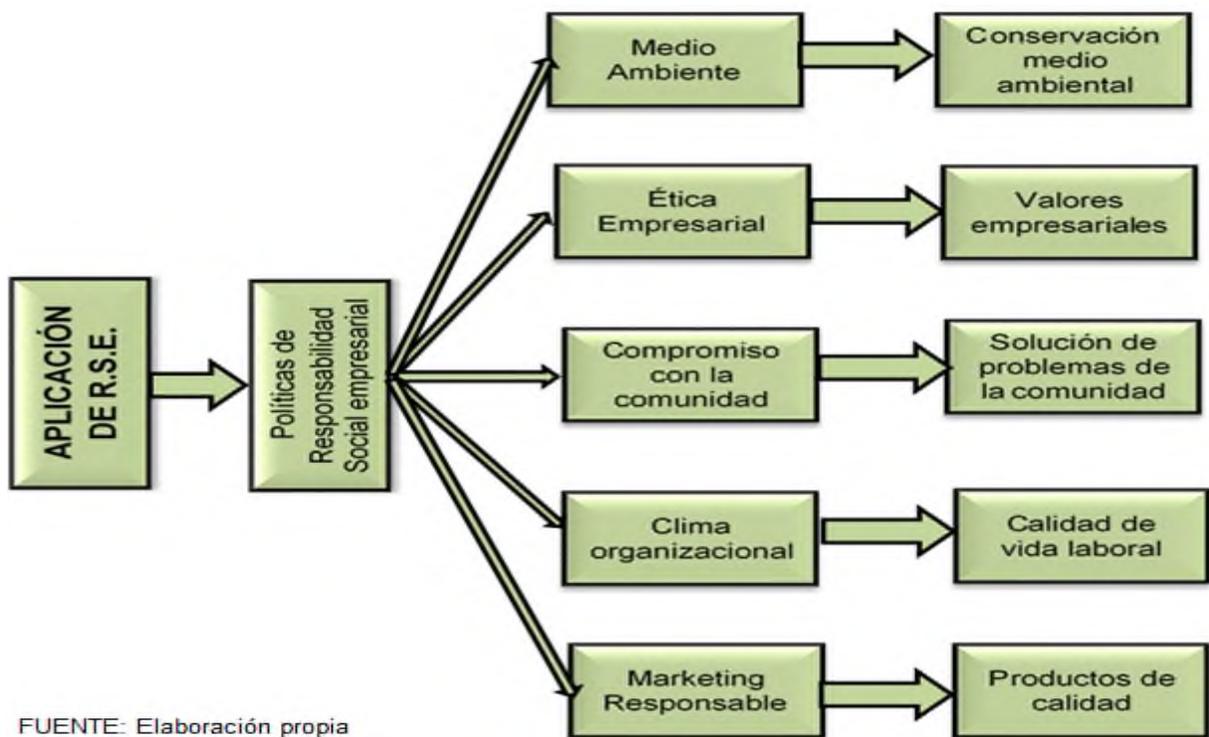
Con lo anterior es posible comprender el auge y lo extenso que es la Responsabilidad Social Empresarial, específicamente en lo relacionado con las condiciones necesarias para

que los trabajadores se desarrollen en un ambiente laboral favorable y con los beneficios obtenidos por ellos al pertenecer a alguna empresa determinada.

Esto se logrará mediante la aplicación de un cuestionario dirigido a trabajadores y directivos de las empresas para identificar el grado de conocimiento del tema en cuestión, relaciones laborales, valores empresariales, entre otros.

Esta teorización nos permite extraer las siguientes relaciones de causa - efecto

Gráfico N° 3: Relación causa – efecto



1.4.2 Identificación del problema

“No existe evaluación del grado de aplicación de cinco políticas de Responsabilidad Social Empresarial (Medio ambiente, Ética empresarial, Compromiso con la comunidad, Clima organizacional y Marketing responsable), en las PYMES del Sector Textil del Distrito 6 de la Ciudad de El Alto”.

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 General

1.5.1.1 Evaluar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en las MYPES del sector textil del “distrito 6” de la ciudad de El Alto mediante cinco ámbitos de aplicación.

1.5.2 Específicos

1.5.2.1 Identificar el grado de aplicación de RSE en las MYPES del “distrito 6” de la ciudad de El Alto a través de la aplicación de cuestionario.

1.5.2.2 Evaluar el estado de la aplicación de la RSE mediante programas de ética empresarial, Compromiso con la comunidad, medio ambiente, clima organizacional y marketing responsable.

1.5.2.3 Plantear una propuesta en base a los resultados obtenidos en la investigación.

1.6 PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

Las MYPES del “distrito 6” de la ciudad de El Alto no Aplican Responsabilidad Social Empresarial a través de programas de ética empresarial, Compromiso con la comunidad, medio ambiente, clima organizacional y marketing responsable.

1.7 APLICACIÓN METODOLÓGICA

1.7.1 Paradigma

Enmarcado dentro del positivismo, también llamado paradigma cuantitativo, empírico-analítico, racionalista, ha sido considerado el modelo dominante en las ciencias sociales hasta tiempos recientes. El positivismo busca sólo hechos y sus leyes. No causas ni principios de las esencias o sustancias. Su finalidad es la de explicar, predecir, controlar los fenómenos, verificar teorías. Leyes para regular los fenómenos.

El paradigma económico en el cual está inmersa la investigación se relaciona con el Institucionalismo económico (heterodoxos), creada por Thorstein Veblen, Wesley C. Mitchell y John R. Commons, quienes sostienen firmemente que las interacciones entre las cuestiones económicas, culturales y sociológicas son demasiado grandes como para que sólo se ponga el énfasis en las fuerzas económicas (Landreth & Colander, 2002, págs. 228-348).

1.7.2 Epistemología de la investigación

Estará basada en el existencialismo, que es una corriente filosófica que persigue el conocimiento de la realidad a través de la experiencia inmediata de la propia existencia. Este movimiento de la filosofía destaca al ser humano individual como creador del significado de su vida. La temporalidad del sujeto, su existencia concreta en el mundo, que es aquello que constituye al ser y no una supuesta esencia más abstracta.

1.7.3 Tipo de investigación

La presente investigación será de tipo CUANTITATIVO, debido a que se enmarcará dentro del positivismo, vale decir que recurriré a métodos, técnicas e instrumentos propios de ésta teoría.

El positivismo es una corriente de pensamiento cuyos inicios se suele atribuir a los planteamientos de Auguste Comte. No admite como válidos otros conocimientos sino los que proceden de las ciencias empíricas.

Se realizará a través de la investigación exploratoria debido a la inexistencia de datos sobre el tema, la cual nos permitirá la recolección de nuestros datos a través de encuestas a las empresas representantes y complementada con la descriptiva.

1.7.4 Tipo de estudio

La investigación tendrá características de estudio correlacional, porque estos tipos de estudios tienen como propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables, a la vez descriptiva ya que buscará definir claramente un objeto, haciendo reseña a rasgos, cualidades o atributos de la muestra de estudio y documental ya que consistirá primordialmente en la presentación selectiva de lo que expertos ya han dicho o escrito sobre el tema en general, además que presentará la posible conexión de ideas entre varios autores y conclusiones propias.

1.7.5 Diseño de la investigación

Para el diseño de la investigación utilizaré el no **experimental de corte transversal**, porque no se manipularán o estimularán las variables, sino que se describirán ellas, tal como se presentan en la realidad y que a su vez nos permitirá describir las variables y analizar su incidencia y correlación en un periodo de tiempo.

1.7.6 Unidad de estudio

Estará constituida por todas las PYMES, sector textil del Distrito N°6 de la ciudad de El Alto.

1.7.7 Población y muestra

1.7.7.1 Población

Está constituida por el conjunto de MYPES con asiento en la ciudad de El Alto Distrito N° 6, las cuales se someterán a encuestas a través de los directivos, administrativos y operarios, incluyendo también una opción de otro para efectos de personas que no calcen en ninguno de los cargos antes mencionados.

1.7.7.2 Muestra

La constituyen 33 MYPES del Distrito N° 6 de la Ciudad de El Alto, las mismas cuentan con un total de 1102 trabajadores, donde cada empresa aporta el mismo porcentaje de trabajadores para obtener el cálculo de la muestra (Anexo N° 6).

Para la determinación del número de cuestionarios, se utilizó el muestreo estratificado con afijación proporcional, que sirve para estimar la proporción en una población, donde posteriormente se aplicó el factor de corrección para poblaciones finitas, la cual arrojó un total de 132 cuestionarios a aplicar.

Las fórmulas aplicadas fueron las siguientes:

Las fórmulas aplicadas son las siguientes:

- Fórmula para estimar la proporción:

$$n_{\infty} = \frac{Z^2 * P * (1 - P)}{\epsilon^2}$$

Donde,

$Z^2 1 - \frac{\alpha}{2}$: Coeficiente de confianza para la estimación. $(1,96)^2$, es el cuadrado del valor de la tabla de la distribución Normal Estándar para una confianza del 95%, en que el error máximo permisible es de $\alpha= 0,05$ bilateral.

$P (1-p)$: σ^2 : 0,5; probabilidad de éxito de un experimento binomial. Es la varianza.

$1 - p$: $q = 0,5$; probabilidad de fracaso en la proporción para una muestra lo más conservadora posible.

ε^2 : $(0,08)^2$, es el cuadrado del error máximo admisible, en las estimaciones de las proporciones poblacionales.

$$n_{\infty} = \frac{(1.96)^2 * 0.5(0.5)}{0.08^2} = 150$$

- Factor de corrección para poblaciones finitas:

$$n = \frac{n_{\infty}}{1 + \frac{n_{\infty}}{N}}$$

Donde:

n : Tamaño definitivo de la muestra.

N : Tamaño del universo en estudio, en este caso 1102 trabajadores.

$$n = \frac{150}{1 + \frac{150}{1102}} = 132$$

- Determinación de la muestra según el número de trabajadores por empresas

$$n_h = \frac{N_h}{N} * n$$

Donde:

N_h : Tamaño de la población en el estrato h .

h : Número de estratos.

n : Tamaño definitivo de la muestra.

N : Tamaño del universo en estudio, en este caso 1.102 personas.

Cálculo para la empresa con 40 trabajadores.

$$n_1 = \frac{40}{1102} * 132 = 5$$

1.7.8 Métodos de investigación

Los métodos que se van a aplicar en la presente investigación son:

- Deductivo: Me permitirá obtener conclusiones particulares a partir de una proposición general, partiendo de la determinación de los hechos más importantes en el fenómeno que se analiza, a través de la deducción de las relaciones constantes de naturaleza uniforme que dan lugar al fenómeno (Münch & Angeles, 2007, pág. 14).

Por tanto, definiré y analizaré los conceptos, definiciones, leyes o normas generales, para extraer conclusiones generales o casos particulares sobre la base de Afirmaciones generales ya presentadas.

- Inductivo: Se aplicara para inducción una vez concluido con el análisis de la muestra, para hacer referencia a la población en función de resultados obtenidos.
- Analítico: Proceso de conocimiento que se inicia por la identificación por cada una de las partes que caracterizan una realidad (Pardinas, 2002, pág. 25).

El uso de éste método me permitirá establecer la relación causa-efecto, entre los elementos que componen la investigación.

Síntesis: Proceso de conocimiento que procede de lo simple a lo complejo, de la causa a los efectos, de la parte al todo, de los principios a las consecuencias.

- Consolidación: Permite el agrupamiento de la información recolectada de acuerdo a las diferentes ámbitos de aplicación de la RSE. sujeto de estudio.

1.7.9 Técnicas e instrumentos

Son procedimientos metodológicos y sistemáticos que se encargan de operativizar e implementar los métodos de Investigación y que tienen la facilidad de recoger información de manera inmediata, las técnicas son múltiples y variables que actúan para poder recoger información de manera inmediata. (Munch & Angeles, 2007, pág. 67)

1.7.10 Tipos de técnicas

En cuanto a las técnicas de investigación, se aplicarán dos formas: técnica documental y técnica de campo.

La técnica documental permitirá la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos.

La técnica de campo permitirá la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

1.7.11 Técnicas

Se utilizará la Técnica de la encuesta, porque nos permite el uso simultáneo de la recolección de información, agilizando el proceso.

- La encuesta se separó en tres cargos (directivos, administrativos y operarios) más una opción de otro, para efectos de personas que no calcen en ninguno de los cargos antes mencionados.
- Consta de un total de 38 preguntas, divididas en cuatro aspectos.
- Los cuatro ámbitos a los cuales se dirigió el estudio fueron los siguientes: Grado de conocimiento y aplicación de la RSE; relaciones laborales y participación de los trabajadores en la toma de decisiones y gestión de la empresa; valores y ética de la empresa; productividad de la empresa.
- Para medir las variables de interés, se utiliza la escala de tipo Likert, que consiste en un conjunto de ítems presentado en forma de juicios y se pide al sujeto que exteriorice su percepción eligiendo uno de los cuatro puntos de la escala, los cuales son: sí, no, en parte, no sé.
- Asociación o agrupamiento de respuestas de los cinco ámbitos de la RSE. para analizar los cinco ámbitos de la aplicación de la RSE.

1.7.12 Instrumentos

- Para la recolección de la información, aplicaremos el cuestionario, el mismo que involucra preguntas cerradas.
- La entrevista, la misma que será aplicada a directivos de las microempresas.
- Elaboración de cuadros consolidados de las respuestas obtenidos.
- Coeficiente Alfa de Cronbach que se aplicará tomando como base la información recopilada mediante los formularios. Una vez vaciada la información se elabora un cuadro de doble entrada registrando cada una de las respuestas codificadas de la siguiente forma:

EN PARTE = 1

NO SE = 2

NO = 3

SI = 4

Los elementos a tomar en cuenta serán:

K: El número de ítems

Si²: Sumatoria de Varianzas de los Items

ST²: Varianza de la suma de los Items

Para una mejor interpretación, ver Anexo N° 5.

1.8 JUSTIFICACIÓN

1.8.1 Económica

La razón por la que las empresas desarrollan proyectos dirigidos a la RSE es para obtener un reconocimiento por parte de la sociedad en su conjunto y de los entes gubernamentales, más no buscando obtener ingresos por la realización de estas prácticas; lo que sí esperan es que se esté agregando valor con lo que hacen y de manera indirecta obtener beneficios diferentes a los monetarios.

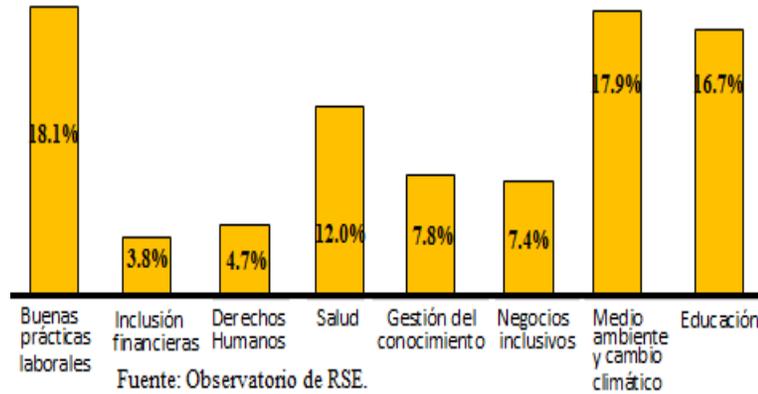
Si bien la aplicación de la RSE para las empresas en el corto plazo se constituye en un costo muy elevado, ésta toma otro matiz en el largo plazo, debido a sus beneficios: personas comprometidas con la empresa, que trabajan en equipo, inteligentes, creativas, proactivas y con agilidad mental que solucionen, que decidan y aporten beneficios a los procesos, al sistema en general y por ende al resultado, en éste sentido, podemos dividirla en dos dimensiones, una interna y otra externa.

En su **dimensión económica interna**, la responsabilidad se orienta a la generación y distribución del valor agregado entre colaboradores y accionistas, considerando no sólo las condiciones de mercado sino también la equidad y la justicia. Se espera que la empresa genere utilidades y se mantenga viva y pujante.

En su **dimensión económica externa**, implica la generación y distribución de bienes y servicios útiles y rentables para la comunidad, la aportación a la causa pública vía su contribución impositiva. Así mismo, el empresario debe aportar puntos de vista que influyan en la definición e implantación de la política económica de su región y del país. En éste sentido, esquematizamos la siguiente cadena de valor, que nos permite visualizar claramente impactos de las actividades de las MYPES, generando una vista desde adentro hacia afuera.

El observatorio de RSE., identificó las siguientes áreas de interés en las cuales las empresas que conforman vienen aplicando acciones de RSE.

Gráfico N° 4: Áreas de interés para la aplicación de RSE.



La cadena de valor es un modelo teórico que gráfica y permite describir las actividades de una empresa para generar valor al cliente final y a la misma empresa, ésta consiste en muchos elementos que ninguno de ellos es excluyente, que nos permita que la empresa tenga o experimente impactos significativos relacionados con sus actividades. (Porter Michael F., 2010, pág. 10)

Imagen N° 1: Aplicación de la cadena de valor

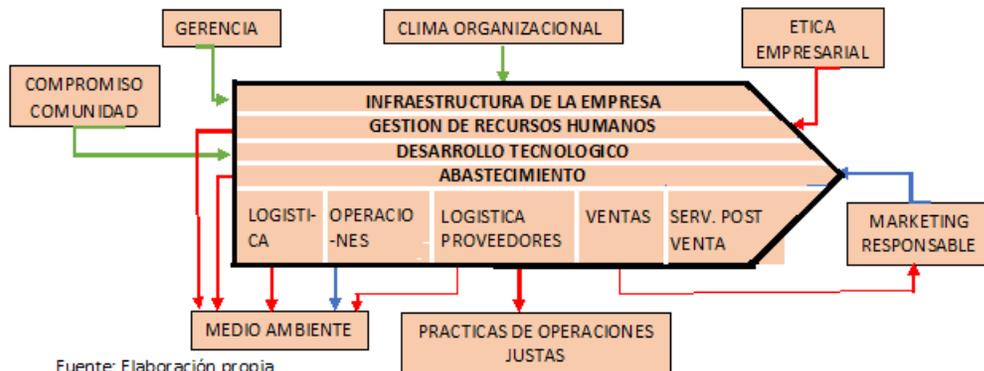


Imagen N° 2: Impacto de la cadena de valor

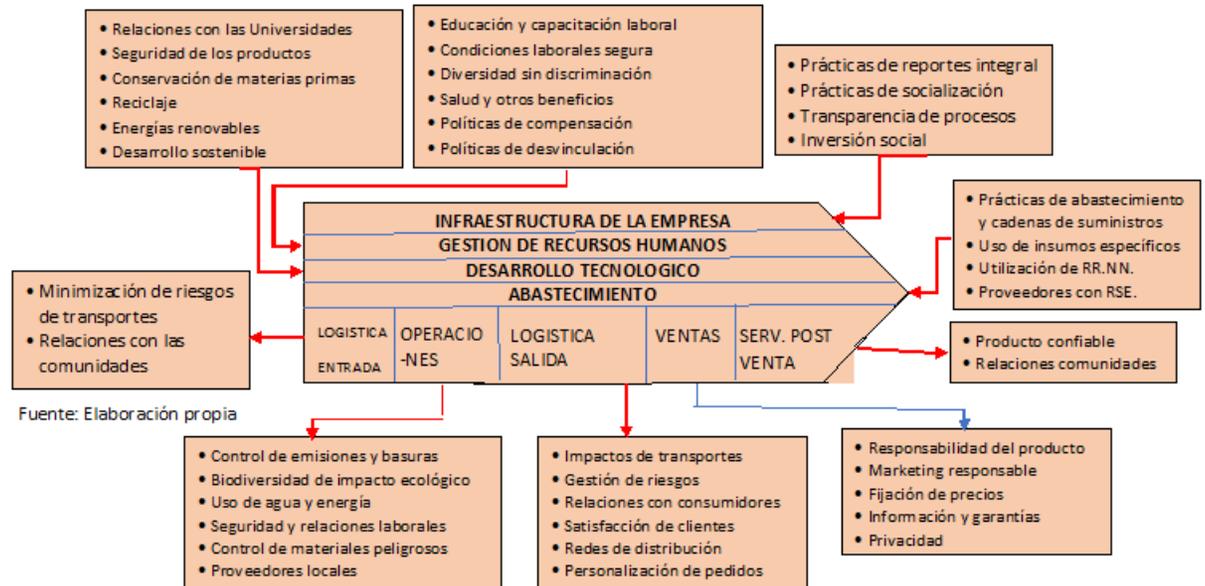


Tabla N° 2: Cadena de valor

ACTIVIDADES DE RSE.	RESULTADOS	LOGROS
Medio Ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Consumos de energía y agua • Condiciones ambientales en el lugar de trabajo • Verificación ambiental externa independiente • Economía circular • Sistema de gestión medioambiental • Emisiones de gases • Emisiones de efluentes • Biodiversidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Uso racional de energía y agua - Ambientes adecuados al proceso de producción - Cuidado del medio ambiente del entorno - Reciclaje - Control de materiales peligrosos - Control de emisiones de gases y reciclaje de la basura - Control del impacto ecológico sobre la biodiversidad.
Ética Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> • Misión y Visión de la empresa • Valores de la empresa en el marco de las leyes y normas. • Desarrollo de políticas y programas/ acciones de protección de los derechos humanos (trato digno, prevención de cualquier tipo de acoso). 	<ul style="list-style-type: none"> - Socialización de la Misión y Visión de la empresa. - Valores explícitos y publicados - Programas/acciones realizadas. - Transparencia en las contrataciones

	<ul style="list-style-type: none"> • Políticas de contratación laboral • Políticas de compensación adecuadas • Políticas de desvinculación • Participación de los empleados en la gestión de la empresa 	
Compromiso con la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Contribuciones y Apoyo a Proyectos Locales • Desarrollo de Infraestructura Pública y Compartida • Respeto al patrimonio Socio-Cultural-Ambiental • Colaboración con Universidades 	<ul style="list-style-type: none"> - Mejores relaciones con la comunidad - Aceptación de la empresa como parte de la comunidad
Clima organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Educación y capacitación laboral • Programa y presupuesto formal de capacitación • Programa o política de promoción de personal interno • Premios o reconocimientos a los colaboradores con alto desempeño 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayor rendimiento en la empresa - Trabajadores mejor capacitados - Incentivo al desempeño laboral
Marketing responsable	<ul style="list-style-type: none"> • Producto confiable • Relaciones con la comunidad • Información y garantías del producto • Uso de materia prima e insumo con racionalidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Mayores ingresos por ventas - Mayor aceptación del producto - Fidelidad de los consumidores - Productos orgánicos.
La aplicación de RSE, permitirá:		
Incentivar la Oferta <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a tecnología • Acceso al desarrollo productivo • Información tecnológica 	Incentivar la demanda <ul style="list-style-type: none"> • Acceso a mercados • Acceso a proveedores • Acceso a créditos • Información de mercados 	Incentivar el entorno <ul style="list-style-type: none"> • Accesos a mercados financieros • Interacción horizontal y vertical • Mejores relaciones con el Estado

Fuente: Elaboración propia

Cuando hablamos del costo que implica la RSE, rápidamente podemos asociarlo con la constitución de la empresa, si esta fue concebida bajo un esquema de determinación de

precios justos, por la adecuada eficiencia en sus operaciones, remunerando a sus trabajadores con salarios competitivos según su desempeño, retribuyendo a sus proveedores de acuerdo con el valor que ellos agregan con sus suministros, contribuyendo con el Estado por los servicios que éste proporciona, asumiendo que sus actividades pueden causar perjuicios para el medio ambiente y, por lo tanto, tomando las medidas necesarias y sobre todo determinando el nivel de ganancias esperado en función del riesgo que representa la actividad, para este tipo de empresas, la responsabilidad social no implica un costo adicional porque ya está implícito en su esquema de negocios.

Lo contrario significa que las empresas que desarrollan sus actividades con malas prácticas empresariales, están destinadas a concebir la aplicación de la RSE como un costo que repercute sobre los ingresos de sus propietarios.

Para las MYPES que fueron constituidas bajo el sistema de la RSE, y que ejercen una razonable aplicación de la RSE, de acuerdo con (Peinado-Vara, 2011), se obtendrá el siguiente costo - beneficio directamente sobre:

BENEFICIOS SOBRE EL BALANCE GENERAL

Activo:

- Menor capital de trabajo

Pasivo y Capital

- Mayor crédito de proveedores
- Mayor acceso a financiamiento
- Mayor acceso a capital

Impactos cuantificables

- Mayor productividad laboral
- Acceso a financiamiento
- Mayor reputación
- Capacidad e innovación
- Evita pérdidas de mercados

ESTADO DE RESULTADOS

Ingresos

- Nuevos mercados
- Mejores precios
- Mayores ventas
- Ventas no perdidas

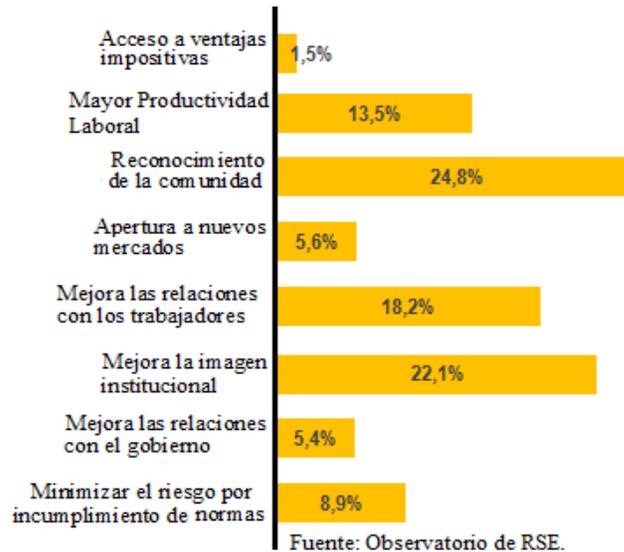
Nuevos productos: Costos

- Mejores precios de insumos
- Menores volúmenes de insumos
- Menores costos financieros

Impactos no cuantificables

- Aprecio de la sociedad
- Lealtad de los empleados
- Acceso a mejores empleados/ejecutivos

También de acuerdo al Observatorio de RSE., se pueden percibir los siguientes beneficios:
 Gráfico N° 5: Beneficios que reciben las empresas que aplican RSE



1.8.2 Práctica

Para la obtención de datos de la investigación, estarán basados en la recopilación y selección de material bibliográfico, apoyados por la aplicación de un cuestionario a los trabajadores y directivos de las empresas que colaboraron.

Las fuentes primaria de información para cumplir el objetivo de la investigación, será a través de un cuestionario con preguntas cerradas para luego crear una base de datos sólida para interpretar los resultados, y entregar las conclusiones correspondientes.

En cuanto a las fuentes secundarias de información, ellas estarán constituidas por información ya existente, con sustento teórico sólido, como son libros y estudios realizados sobre Responsabilidad Social Empresarial y/o publicaciones en boletines, revistas e Internet.

1.8.3 Social

La aplicación de nuevas técnicas y tecnologías en los procesos de producción, traen consigo un mejor rendimiento en la producción de bienes y/o servicios, pero

lamentablemente trae también consigo elementos perjudiciales que afectan directamente o indirectamente a la sociedad.

La aplicación de políticas de RSE como el cumplimiento de las leyes, Comportamiento ético, compromiso con el medioambiente, compromisos voluntarios con la comunidad, transparencia y otros, por parte de las empresas, repercute directamente en la sociedad, mejorando su calidad de vida para el vivir bien, todo ello implica la responsabilidad compartida y subsidiaria de inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores, para el cuidado y fomento de la calidad de vida en el trabajo y el desarrollo integral y pleno de todos ellos.

En cuanto a la política de compromiso con la comunidad, conlleva la realización de acciones y aportaciones propias y gremiales para contribuir con tiempo y recursos a la generación de condiciones que permitan y favorezcan la expansión del espíritu empresarial y el pleno desarrollo de las organizaciones intermedias y de las comunidades.

1.8.4 Medio ambiental

El surgimiento de poblaciones pequeñas propia de los humanos y una incipiente tecnología tuvieron como consecuencia los primeros impactos medio ambientales.

Pero fue con la industrialización y el incremento poblacional, donde los problemas medio ambientales son mucho más significativos y generalizados, uso y explotación de los combustibles fósiles, así como la explotación intensiva de los recursos minerales de la tierra, en adelante, los seres humanos empezaron realmente a cambiar la faz del planeta, la naturaleza de su atmósfera y la calidad de su agua. Actualmente la demanda sin precedentes a la que el rápido crecimiento de la población humana y el desarrollo tecnológico someten al medio ambiente está produciendo un declive cada vez más acelerado en la calidad de éste y en su capacidad para sustentar la vida.

Por ello, la RSE. considera como uno de sus sectores al cuidado del Medio Ambiente que debe ser protegido de las muchas plagas creadas por el hombre, que están llevando al planeta a una sistemática destrucción del hábitat de todas las especies del planeta.

En éste sentido, la Ley de Medio Ambiente N° 1333 del 27 abril, 1992, considera las actividades y/o factores susceptibles de degradar el medio ambiente; cuando excedan los límites permisibles:

- a) Los que contaminan el aire, las aguas en todos sus estados, el suelo y el subsuelo.
- b) Los que producen alteraciones nocivas de las condiciones hidrológicas, edafológicas, geomorfológicas y climáticas.
- c) Los que alteran el patrimonio cultural, el paisaje y los bienes colectivos o individuales, protegidos por Ley.
- d) Los que alteran el patrimonio natural constituido por la diversidad biológica, genética y ecológica, sus interrelaciones y procesos.
- e) Las acciones directas o indirectas que producen o pueden producir el deterioro ambiental en forma temporal o permanente, incidiendo sobre la salud de la población.

Consecuentemente, esto implica la mejora del desempeño ambiental de la empresa con base en un enfoque de eco eficiencia y prevención que maximice el uso de insumos y recursos naturales.

También significa la promoción de la protección y restauración del patrimonio ambiental, la promoción de los principios y valores correspondientes a lo largo de la cadena de valor en que participa la empresa y, en caso necesario, remediar los daños ambientales que ocasionen sus procesos productivos.

El análisis de cada una de las actividades de RSE, lleva a la definición de las estrategias de acción específicas para que cada empresa actúe de acuerdo a su propio contexto, tome a su cargo la realización de proyectos completos en lo individual o de manera colaborativa con otros actores y/o sectores que compartan metas similares. (Cajiga, 2011, pág. 92)

1.9 MATRIZ DE CONSISTENCIA DE VARIABLES

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	JUSTIFICACIÓN	MARCO TEÓRICO	VARIABLES
<p>Planteamiento del problema La aplicación de políticas de responsabilidad social se relaciona con un tema ético y con los valores de cada miembro de la Organización o Empresa. En relación a esto, se observa que las políticas aplicadas en distintas empresas son variadas, porque éstas se manejan sobre un marco valórico específico sobre el cual también definen sus objetivos. Un programa de ética empresarial se esfuerza por ubicar a las personas correctas en los puestos correctos en la</p>	<p>Objetivo General</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial por las PYMES del sector textil del “distrito 6” de la ciudad de El Alto mediante cinco ámbitos de aplicación. <p>Objetivos Específicos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar el grado de aplicación de RSE en las PYMES del “distrito 6” de la ciudad de El Alto. • Evaluar el estado de la aplicación de la RSE mediante programas de ética Empresarial, Compromiso con la Comunidad, Medio Ambiente, Clima Organizacional y 	<p>Justificación Económica Si bien la aplicación de la RSE para las empresas en el corto plazo se constituye en un costo muy elevado, ésta toma otro matiz en el largo plazo, debido a sus beneficios.</p> <p>Justificación Legal Cuando hablamos de RSE, debemos tomar en cuenta que estas acciones van más allá del cumplimiento estricto de las leyes y las normas, referidas particularmente a normativas laborales y medioambientales. La RSE se basa en normativas internacionales relacionadas con los derechos humanos, laborales y normas de medio ambiente.</p> <p>Justificación Práctica</p>	<p>Marco referencial En los años cincuenta existía una creciente convicción de que la responsabilidad de la empresa debía priorizar a los clientes, empleados y a la comunidad antes que a sus accionistas. En los años sesenta se hablaba de lograr un balance equitativo entre los derechos de los grupos interesados. En los setenta, la tendencia de que la dirección asume gradualmente sus obligaciones sociales y éticas de buen ciudadano corporativo. En países desarrollados, las empresas tomaron la iniciativa para desarrollar junto a los gobiernos y otras organizaciones, la solución de los problemas</p>	<p>Variables Dependiente 1. Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial.</p> <p>Independientes 2. Medio ambiente 3. Ética empresarial 4. Compromiso con la comunidad 5. Clima organizacional 6. Marketing responsable</p> <p>Tipo y Diseño de Estudio. Tipo de Estudio. La investigación tiene características de estudio correlacional, porque éste tipo de estudios tienen como propósito medir el grado de relación que exista entre</p>

<p>empresa para fomentar y cumplir con las expectativas razonables del partícipe como el medio más seguro para mejorar el rendimiento comercial, las ganancias, y el progreso económico. Analiza el contexto relevante de la empresa y su cultura organizativa para identificar los desafíos y para desarrollar las formas responsables de alcanzarlos. Parte de la suposición que las empresas son partes integrales de sus comunidades.</p> <p>El Clima Organizacional es un tema de gran importancia hoy en día para casi todas las organizaciones, las cuales buscan un continuo mejoramiento del</p>	<p>Marketing Responsable.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proponer una propuesta en base a los resultados obtenidos en la investigación. 	<p>Para la obtención de datos de la investigación, estarán basados en la recopilación y selección de material bibliográfico, apoyados por la aplicación de un cuestionario a los trabajadores y directivos de las empresas que colaboraron.</p>	<p>de la sociedad: la superación de la pobreza, mejorar la calidad de la educación, capacitar a los trabajadores, mejorar la calidad de vida en el trabajo, facilitar el acceso a servicios de salud y solucionar los problemas de contaminación ambiental fueron algunas de las preocupaciones que se comenzaron a debatir.</p> <p>“La responsabilidad social de la empresa abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales de la sociedad, en un momento determinado de tiempo” Puede entenderse como el compromiso libre y proactivo para resolver los problemas de desarrollo de la sociedad en su conjunto, tanto en el orden comunitario como ambiental y respecto de sus propios trabajadores.</p>	<p>dos o más conceptos o variables, a la vez descriptiva ya que busca definir claramente un objeto, haciendo reseña a rasgos, cualidades o atributos de la muestra de estudio y documental ya que consiste primordialmente en la presentación selectiva de lo que expertos ya han dicho o escrito sobre el tema en general, además puede presentar la posible conexión de ideas entre varios autores y conclusiones propias.</p> <p>Diseño de la Investigación.</p> <p>Para el diseño de la investigación utilizaré el no experimental de corte trasversal, porque no se manipularan o estimularan las variables, sino que se describirán ellas, tal como se presentan en la realidad y que a su vez nos permitirá describir las variables y analizar su incidencia y</p>
---	--	---	--	---

<p>ambiente de su organización.</p> <p>Formulación del problema</p> <p>“Evaluación del grado de aplicación de cinco políticas de Responsabilidad Social Empresarial, en las PYMES del Sector Textil del Distrito 6 de la Ciudad de El Alto”.</p>			<p>Responsabilidad Social aún no son conocidas por todas las empresas, esto se genera al no existir un patrón guía de cómo actúa la Responsabilidad Social y la implementación de esta misma. En la década de los años noventa el compromiso de los empresarios frente al desarrollo social y la erradicación de la pobreza generan desconfianza, ya que implementan prácticas de preocupación en torno a los accionistas y la generación de utilidades empresariales, dejando de lado el entorno externo e interno de la organización, es decir una falta de preocupación por el talento humano, una ausencia de desarrollo sustentable, en el marco de la generación de ventajas competitivas para la institución. Esto ocurre como</p>	<p>correlación en un periodo de tiempo presentan en la realidad y que a su vez nos permite describir las variables y analizar su incidencia y correlación en un periodo de tiempo.</p> <p>Población</p> <p>La población está definida por las empresas con asiento en la ciudad de El Alto las cuales se sometieron a encuestas: directivos, administrativos y operarios, incluyendo también una opción de otro para efectos de personas que no calcen en ninguno de los cargos antes mencionados, tomando a estas instituciones como muestra, de las cuales se recolectó información y puntos de vista sobre la RSE.</p> <p>Muestra</p> <p>Para la determinación del número de cuestionarios que se aplicó, se utilizó un muestreo estratificado</p>
---	--	--	---	---

			<p>consecuencia de una centralización del mando en los gerentes, dejando de lado el resto de la organización.</p> <p>Marco Teórico Conceptual</p> <p>Responsabilidad Social Empresarial</p> <p>La responsabilidad social empresarial se refiere al compromiso que la organización tiene con la sociedad en la que desarrolla sus actividades. (Busines for Social Responsibility, 2006)</p> <p>Ética Empresarial</p> <p>Este concepto se puede separar en dos partes. El primero de ellos es la ética, que se refiere a los principios directivos que orientan a las personas en cuanto a la concepción de la vida, el hombre, los juicios, los hechos, y la moral. La segunda definición es la empresa, que es una unidad económica de producción</p>	<p>con afijación proporcional, que sirve para estimar la proporción en una población infinita, donde posteriormente se aplicó el factor de corrección para poblaciones finitas, la cual arrojó un total de 132 cuestionarios a aplicar.</p> <p>En este caso, el total de empresas que colaboraron fue de 29, las cuales suman un total de 1102 trabajadores, donde cada empresa aporta el mismo porcentaje de trabajadores para obtener el cálculo de la muestra.</p> <p>Métodos de investigación</p> <p>Los métodos que se van a aplicar en la presente investigación son:</p> <p>Deductivo: Me permitirá obtener conclusiones particulares a partir de una proposición general, partiendo de la determinación de los hechos más importantes</p>
--	--	--	---	--

			<p>de bienes y servicios. (Nicaragua, 2004)</p> <p>Stakeholders Se refiere a cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa”. (Harrison & Freedman, Stakeholder, Social Responsibility, an performance: Empirical evidence and Theoretical Perspectives,, 1999).</p> <p>Productividad Productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.</p> <p>Estrategia Kenneth Andrews sostiene que la estrategia es la base desde donde la empresa debe definirse y consta de cuatro elementos: (1) oportunidades de mercado, (2) recursos y competencias</p>	<p>en el fenómeno que se analiza, a través de la deducción de las relaciones constantes de naturaleza uniforme que dan lugar al fenómeno (Münch & Ángeles, 2007).</p> <p>Por tanto, definiré y analizaré los conceptos, definiciones, leyes o normas generales, para extraer conclusiones generales o casos particulares sobre la base de Afirmaciones generales ya presentadas.</p> <p>Analítico: Proceso de conocimiento que se inicia por la identificación por cada una de las partes que caracterizan una realidad (Pardinas, 2002).</p> <p>El uso de éste método me permitirá establecer la relación causa-efecto, entre los elementos que componen la investigación.</p> <p>Síntesis: Proceso de conocimiento que</p>
--	--	--	---	--

			<p>corporativas, (3) valores y aspiraciones personales y (4) reconocimiento de las obligaciones debidas a los accionistas y a otros sectores de la sociedad.</p> <p>Medio ambiente Acciones de las empresas para mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental con iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental para favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.</p> <p>Marketing responsable Según Murray K. y Montanari, es la administración heurística para guiar las decisiones y acciones de la empresa socialmente responsable.</p> <p>9.8 Calidad de vida laboral. Significa la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo</p>	<p>procede de lo simple a lo complejo, de la causa a los efectos, de la parte al todo, de los principios a las consecuencias.</p> <p>Técnicas de recolección de datos Se utilizará la Técnica de la encuesta, porque nos permite el uso simultáneo de la recolección de información, agilizando el proceso.</p> <p>La encuesta se separó en tres cargos (directivos, administrativos y operarios) más una opción de otro, para efectos de personas que no calcen en ninguno de los cargos antes mencionados.</p> <p>Consta de un total de 38 preguntas, divididas en cuatro aspectos.</p> <p>Los cuatro ámbitos a los cuales se dirigió el estudio fueron los siguientes: Grado de conocimiento y aplicación de la RSE; relaciones laborales y</p>
--	--	--	--	--

			<p>coacción, erradicación de prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.</p> <p>Hipótesis “Las MYPES del “distrito 6” de la ciudad de El Alto no Aplican Responsabilidad Social Empresarial a través de programas de ética empresarial, Compromiso con la comunidad, medio ambiente, clima organizacional y marketing responsable.”</p>	<p>participación de los trabajadores en la toma de decisiones y gestión de la empresa; valores y ética de la empresa; productividad de la empresa.</p> <p>Para medir las variables de interés, se utiliza la escala de tipo Likert, que consiste en un conjunto de ítems presentado en forma de juicios y se pide al sujeto que exteriorice su percepción eligiendo uno de los cuatro puntos de la escala, los cuales son: sí, no, en parte, no sé.</p>
--	--	--	--	---

CAPITULO II
ESTADO DEL ARTE
DE LA
INVESTIGACION

CAPITULO II: ESTADO DEL ARTE DE LA INVESTIGACION

2.1 Elementos conceptuales y definiciones

2.1.1 Proyectos de inversión

No es más que un conjunto de actividades organizadas destinadas a lograr objetivos que favorezcan a los propietarios del capital, y que a su vez, pueden ser Privados o Públicos: Se entiende como proyectos privados a todos los que tienen como fundamento la privacidad del capital y que buscan la obtención de beneficios, los que son distribuidos entre los propietarios del capital.

Mientras que los públicos están auspiciados por el estado y buscan el bienestar de la sociedad sin considerar la obtención de utilidades.

Los proyectos en general tienen un ciclo de vida: Pre inversión, Inversión y Operación.

Pre inversión, es la fase a través de la cual se realizan todos los estudios necesarios para la preparación y evaluación del proyecto.

Inversión, consiste en la materialización de todas las acciones materializadas a la solución de la evaluación realizada en la pre inversión.

Operación, en esta fase, el proyecto comienza la producción del bien, al mismo tiempo deja de actuar como proyecto, adquiriendo el denominativo de empresa o unidad productiva, etc.

2.1.2 Responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial se refiere al compromiso que la organización tiene con la sociedad en la que desarrolla sus actividades. (Busines for Social Responsibility, 2006, pág. 9)

2.1.3 Ética empresarial

Este concepto se puede separar en dos partes. El primero de ellos es la ética, que se refiere a los principios directivos que orientan a las personas en cuanto a la concepción de la vida, el hombre, los juicios, los hechos, y la moral. La segunda definición es la empresa, que es una unidad económica de producción de bienes y servicios. (Nicaragua, 2004, pág. 3)

Es la base de relaciones más sólidas entre la empresa sus proveedores, clientes, accionistas y otros involucrados. Permite la interpretación y solución de controversias de acuerdo a principios que guían la toma de decisiones, la formación de recursos humanos, la evaluación del personal y la forma en que se debe conducir el negocio.

2.1.4 Stakeholders

Se refiere a cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa”. (Harrison & Freedman, Stakeholder, Social Responsibility, an performance: Empirical evidence and Theoretical Perspectives,, 1999, pág. 5).

2.1.5 Productividad

Productividad se define como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados.

2.1.6 Likert

Mide actitudes o predisposiciones individuales en contextos sociales particulares. Se le conoce como escala sumada debido a que la puntuación de cada unidad de análisis se obtiene mediante la sumatoria de las respuestas obtenidas en cada ítem (Briones Guillermo, 1995, pág. 52).

2.6.7 Estrategia

Kenneth Andrews sostiene que la estrategia es la base desde donde la empresa debe definirse y consta de cuatro elementos: (1) oportunidades de mercado, (2) recursos y competencias corporativas, (3) valores y aspiraciones personales y (4) reconocimiento de las obligaciones debidas a los accionistas y a otros sectores de la sociedad.

2.1.8 Medio ambiente

Acciones de las empresas para mantener un enfoque preventivo orientado al desafío de la protección medioambiental con iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental para favorecer el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente. (Dykinson, 2006, pág. 176)

2.1.9 Marketing responsable

Es la administración heurística para guiar las decisiones y acciones de la empresa socialmente responsable (Murray & Montanari, 1986, pág. 17).

2.1.10 Calidad de vida laboral.

Significa la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción, erradicación de prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación. (Andersen, 1999, pág. 15)

Debe por tanto promover y establecer como prioridad la calidad de vida en la empresa, Creando un ambiente de trabajo favorable, estimulante, seguro, creativo, no discriminatorio, participativo; en el que todos sus miembros interactúan bajo bases justas de integridad y respeto que propician su desarrollo humano y profesional, contribuyendo a una mejor calidad de vida. Recibe por ello beneficios como: la eficiencia y la responsabilidad individual y colectiva; un mejor balance de vida personal y laboral; el impacto positivo en la productividad; relaciones obrero-patronales sanas y la percepción de la empresa como altamente humana y socialmente responsable.

2.1.11 Pequeña empresa

Según el Viceministerio de Micro Empresas (Microempresas, 2012, págs. 3-4), es una entidad independiente, creada para ser rentable, que no predomina en la industria a la que pertenece, cuya venta anual en valores no excede un determinado tope y el número de personas que la conforma no excede un determinado límite, cuya conformación es de 10 a 19 trabajadores.

2.1.12 Mediana empresa

Según el Viceministerio de Micro Empresas (Microempresas, 2012, págs. 3-4), la mediana empresa es una empresa con características distintivas, y tiene dimensiones con ciertos límites ocupacionales que van desde 20 a 49 personas.

2.1.13 Grado

Estado, valor o calidad susceptible de variación dentro de una serie, un proceso o una escala ordenados de forma creciente o decreciente, que se pone en relación con otros estados, valores o calidades de la misma serie, escala o proceso (Real Academia Española, 2014).

2.1.14 Estado

Situación en que se encuentra alguien o algo, y en especial cada uno de sus sucesivos modos de ser o estar (Real Academia Española, 2014).

2.2 MARCO TEÓRICO Y ESTADO DEL ARTE

2.2.1 Teoría fundamental

2.2.1.1 Escuela de pensamiento económico clásico

El denominado padre de la Economía, Adam Smith, estudia la creación de riqueza en el capitalismo mediante el nuevo enfoque de la naciente industrialización, consistente en la creación de unidades de producción llamadas empresas, a través de la interacción del hombre y la sociedad.

Formula una teoría ética en donde explica el origen de la moral y el mecanismo de simpatía mediante la cual los hombres crean las normas morales y adquieren juicios morales.

También manifiesta el gusto por la belleza y la virtud que impulsa a los individuos a crear la industria movidos por una mano invisible sin quererlo y sin saberlo sirve a los intereses de la sociedad y dan los medios de la multiplicación de la especie.

El hombre no es meramente interesado o egoísta, éste sacrifica su interés individual por el bienestar de su sociedad.

La *Teoría de los sentimientos morales* por lo tanto se constituye en uno de los fundamentos sobre los cuales reposa su célebre *Riqueza de las Naciones*, en ellas podemos encontrar valores morales de la libertad, la armonía y la justicia virtudes máximas de su pensamiento.

Para Adam Smith, el hombre tiene las cualidades de interés, egoísmo, humanidad, beneficencia, bondad, libertad, autonomía e independencia considerando esas pasiones contradictorias como la cuna de la moral que es en realidad lo que funda el sistema económico.

Fayol (1981; 1916: 190, 193) por su parte, establece una serie de valores morales que el administrador debe tener para la administración de la empresa y su éxito. Al propio tiempo

indica dieciséis responsabilidades para éste entre las cuales encontramos los valores morales de **responsabilidad, armonía y justicia**.

Taylor (1986; 1911) a todo lo largo de su obra principal obsérvalos aspectos sociales, de actitud y de motivación así como las relaciones entre los administradores y los obreros. Para este autor **la esencia del *management científico*** consiste en una cierta filosofía derivada de los cuatro principios básicos de la administración.

2.2.1.2 Teoría moderna

La teoría de la contingencia, concibe que las organizaciones funcionan como sistemas abiertos cuya supervivencia se halla sujeta al logro de un delicado equilibrio dinámico interno externo. Según este enfoque, la relación entre la organización y su entorno inmediato es únicamente de carácter adaptativo; de ello se desprende que el modelo óptimo de organización está sujeto al entorno con el que se relaciona.

La teoría de la contingencia de Lawrence y Lorsch, hacen hincapié en determinadas dimensiones de la organización, particularmente en su estructura y en las relaciones entre grupos.

Lawrence y Lorsch mencionan que existe una relación causa-efecto entre la estructura interna de la organización y su entorno para que se acoplen con las exigencias ambientales y sociales de la organización, es decir, cómo alcanza sus metas y objetivos. (Lawrence y Lorsch, 1967).

2.2.1.3 Cuerpo de teorías

En los años cincuenta existía una creciente convicción de que la responsabilidad de la empresa debía priorizar a los clientes, empleados y a la comunidad antes que a sus accionistas.

En los años sesenta se hablaba de lograr un balance equitativo entre los derechos de los grupos interesados.

En los setenta, la tendencia de que la dirección asume gradualmente sus obligaciones sociales y éticas de buen ciudadano corporativo.

A partir de los años 80 a la fecha, los países desarrollados a través de sus empresas tomaron la iniciativa para desarrollar junto a los gobiernos y otras organizaciones, la solución de

los problemas de la sociedad: la superación de la pobreza, mejorar la calidad de la educación, capacitar a los trabajadores, mejorar la calidad de vida en el trabajo, facilitar el acceso a servicios de salud y solucionar los problemas de contaminación ambiental como algunas de las preocupaciones que se comenzaron a debatir. (Cordova, 2007, pág. 86)

En los años más recientes se desarrolló el enfoque de los stakeholders, que aumenta y precisa el tipo de compromiso con cada uno de los agentes impactados por las prácticas de la empresa.

Según Harrison y Friedman, Stakeholder como teoría, afirma y muestra que la empresa en su dirección y gobierno es responsable no sólo de los accionistas sino también de otros individuos y/o grupos que tienen unos intereses en las acciones y decisiones de dicha organización” (Harrison & Freedman, Stakeholder, Social Responsibility, an performance: Empirical evidence and Theoretical Perspectives,, 1999, pág. 13).

El concepto expresado por los autores apunta a la imposibilidad de separar tanto el estudio como la práctica de la economía y de la empresa de la reflexión ética. Es decir, constituye una formulación en contra de la propuesta de separación entre empresa y ética como dos esferas de conocimiento; en otras palabras todo efecto económico, a su vez también son sociales.

La idea que sustenta la responsabilidad social empresarial o corporativa (RSE o RSC) se refiere al compromiso que la organización tiene con la sociedad en la que desarrolla sus actividades, sobre la Ética, medio ambiente, compromiso con la comunidad, marketing responsable y calidad de vida laboral. (Busines for Social Responsibility, 2006, pág. 25): Bajo esta concepción podemos decir que las empresas hoy en día deben jugar un nuevo rol cada vez más activo en las sociedades en las que operan; ya no sólo como generadoras de empleo y riqueza sino que aporten al desarrollo de las comunidades en las que están insertas.

“La responsabilidad social de la empresa abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales de la sociedad, en un momento determinado de tiempo” donde estas

tienen un carácter voluntario, a la vez que contribuyen a conseguir un desarrollo sostenible y un modo de gobierno corporativo más eficaz. (Carroll, 1989, pág. 7)

Puede entenderse como el compromiso libre y proactivo para resolver los problemas de desarrollo de la sociedad en su conjunto, tanto en el orden comunitario como ambiental y respecto de sus propios trabajadores.

Kenneth Andrews (De Carlos, 1983, pág. 2) considera las responsabilidades sociales como un cuarto componente de la estrategia y se refiere a ellas específicamente como un reconocimiento de las obligaciones debidas a los accionistas y a otros sectores de la sociedad y las implicaciones morales y sociales de los que antes se había considerado solo una lección económica.

Los autores llegan y orientan sus postulados a un punto en común, el cual es que las empresas necesitan preocuparse de los stakeholders dentro de prácticas socialmente responsables como razón principal para mejoras en clima laboral, productividad, imagen positiva de la organización y relación empresa-entorno, lo cual hará una empresa mucho más competitiva para enfrentar un mercado dinámico y abierto a las oscilaciones de un mundo globalizado.

Según Zeniseck (1979), citado por González (Gonzales, 2001, pág. 32), en su modo de entender la ética empresarial, esta se compone de dos elementos: “el primer aspecto es la acción o comportamiento y el otro las creencias o ideología.

Bajo criterio de éste autor, podemos considerar la ética empresarial como una cultura empresarial, es decir, como el núcleo de creencias y valores de una empresa así como los procedimientos y comportamientos que desarrollan en la práctica”.

“La responsabilidad social de la empresa abarca las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene de las organizaciones en un momento temporal determinado” (Carroll, 1989, pág. 17).

La propuesta de Carroll incluye las responsabilidades éticas que, según su descripción, abarcan aquellas actividades y prácticas que son esperadas por los miembros de la sociedad lo que a su vez incluye las normas, estándares, o expectativas que muestren los clientes, trabajadores, accionistas, la comunidad, o cualquier stakeholder.

Según el Departamento de Comercio de Nicaragua (Nicaragua, 2004), es importante recordar que la ética no debe ser impuesta por medio de la coerción sino por medio de la persuasión y el convencimiento. Reconocer que la ética debe ser integral de todos los actores de un entorno e impulsar códigos, de manera simultánea con los actores con los que interactúan las empresas.

El uso de la ética nos ayudará a ubicar a las personas correctas en los puestos correctos en la empresa para fomentar y cumplir con las expectativas razonables del integrante como el medio más seguro para mejorar el rendimiento comercial, las ganancias y el progreso económico en general. (Martinez, 2005, pág. 42)

Analiza el contexto relevante de la empresa y su cultura organizativa para identificar los desafíos y para desarrollar las formas responsables de alcanzarlos.

La empresa tiene un rol ante la sociedad, ante el entorno en el cual opera. La decisión de hacer estos negocios rentables, de forma ética y basada en la legalidad es realmente estratégico, ya que con esto se generará: (Fred, 2010, pág. 29)

- **Mayor productividad:** a través de mejores condiciones para el cliente interno que conduce a mejor retención de talentos y por ende menores índices de rotación; (Fred, 2010, pág. 29)
- **Lealtad del cliente:** satisfaciendo sus necesidades, empezando por proveerle un lugar donde pueda transmitir sus necesidades y quejas. Además de calidad y precio, los clientes empiezan a demandar información de las condiciones de producción, las certificaciones que tiene el producto, entre otras; (Fred, 2010, pág. 29)
- **Acceso a mercados:** por cumplimiento de estándares y certificaciones exigidas por actores externos, incluyendo consumidores. (Fred, 2010, pág. 29)
- **Credibilidad:** la empresa que es respetuosa de las personas, comunidades, medio ambiente y la sociedad en su conjunto proyecta una reputación que le garantiza mayor sostenibilidad en el tiempo, reduciendo riesgos, anticipándose a situaciones que pueden afectar la empresa, mayor agilidad para reaccionar, adaptarse y generar confianza. (Fred, 2010, pág. 29)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los últimos veinte años ha sufrido un cambio radical debido a las nuevas relaciones entre la sociedad y los negocios, que han obligado a los actores sociales de este ámbito a buscar respuestas más creativas para enfrentar los cambios estructurales que se han generado a nivel de todo el orbe.

En ese sentido, un punto culminante de la relevancia asignada actualmente a la responsabilidad social empresarial es la iniciativa denominada Pacto Mundial, la cual fue lanzada por el Secretario General de la Organización de las Naciones Unidas durante el Foro Económico Mundial el 31 de enero de 1999 con la intención de lograr una economía global más incluyente y sustentable a través de la formulación y promoción de diez principios en las áreas de derechos humanos, laboral, ambiental y anticorrupción. Esta iniciativa descansa, en buena medida, en el rol del sector privado como impulsor de soluciones (en coordinación con otros actores sociales) ante el reto de la globalización.

El pacto global de Naciones Unidas, cuenta con más de 4,600 participantes de todo el mundo, convirtiéndose en el primer foro internacional sobre temas relacionados con la globalización.

Lanzado en 1999 por el Secretario General de Naciones Unidas, Kofi Annan, y puesto en marcha oficialmente en la sede de las Naciones Unidas en julio del año 2000, el Pacto llama a las compañías a adoptar diez principios universales relacionados con los derechos humanos, las normas laborales, el medio ambiente y anticorrupción.

Esta iniciativa aspira, según las palabras del ex Secretario General Kofi Annan, a contribuir a la emergencia "de valores y principios compartidos que den una cara humana al mercado global". Para esto, a través de la asociación de compañías, organizaciones de las Naciones Unidas, trabajadores, organizaciones no gubernamentales (ONG's) y otros actores se quiere construir un mercado global más inclusivo y más equitativo.

Tienen injerencia en el Pacto los gobiernos, que definen los principios que guían la iniciativa; las compañías cuyas acciones se pretende influenciar; los trabajadores que son los que producen; la sociedad civil que se beneficia si hay empresas socialmente responsables; y Naciones Unidas que provee el foro global.

Por su parte, las compañías que participan en el Pacto Global son diversas y representan diferentes industrias y regiones geográficas. Pero tienen dos características comunes: todas están en posiciones de liderazgo y todas aspiran a manejar el crecimiento global de una manera responsable que considere los intereses de un amplio espectro de grupos interesados incluyendo empleados, inversionistas, clientes, grupos sociales, industriales y comunidades.

El Pacto no es un instrumento regulatorio o un código de conducta con fuerza legal. Tampoco es un foro para la formulación de normas y prácticas de gestión o un refugio que permite que las compañías firmen sin demostrar su adhesión a los principios del Pacto y resultados concretos. Se trata de una iniciativa a la que los participantes ingresan voluntariamente y que provee un marco general para fomentar el crecimiento sustentable y la responsabilidad cívica de empresas comprometidas y creativas.

El Pacto Mundial es una iniciativa voluntaria que incluye dos objetivos:

1. Incorporar los diez principios en las actividades empresariales que la empresa realiza, tanto en el país de origen, como en sus operaciones alrededor del mundo.
2. Llevar a cabo acciones que apoyen los objetivos de desarrollo de Naciones Unidas.

Compromiso Empresarial

Participar en el Pacto Mundial implica un compromiso visible con el apoyo de los diez principios universales. Una empresa que se ha adherido al Pacto Mundial deberá:

1. Integrar los cambios necesarios en las operaciones, de tal manera que el Pacto Mundial y sus principios sean parte de la gestión, la estrategia, la cultura y el día a día de la actividad empresarial.
2. Publicar en el informe anual o reporte corporativo, una descripción de las acciones que se realizan para implementar y apoyar el Pacto Mundial y sus principios.
3. Apoyar públicamente el Pacto Mundial y sus principios, por ejemplo a través de comunicados de prensa, discursos, entre otros.

Los Diez Principios del Pacto Mundial son:

En cuanto a derechos humanos

Principio 1: Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados en el ámbito internacional;

Principio 2: Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices en abusos a los derechos humanos.

Sobre las Normas laborales

Principio 3: Las empresas deben respetar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva;

Principio 4: Las empresas deben eliminar todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio;

Principio 5: Las empresas deben abolir de forma efectiva el trabajo infantil;

Principio 6: Las empresas deben eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.

Sobre el medio ambiente

Principio 7: Las empresas deben apoyar los métodos preventivos con respecto a problemas ambientales;

Principio 8: Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental;

Principio 9: Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías inofensivas para el medio ambiente.

Sobre la lucha contra la corrupción

Principio 10: Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.

En éste contexto, las MYPES de la ciudad de El Alto, tienen una presencia importante, entre nacionales y subsidiarias extranjeras, su localización se concentra próxima a la red fundamental, presentándose algunas aglomeraciones sin una jerarquía o eslabonamiento a nivel sectorial. Destacan la fabricación de alimentos y bebidas; productos textiles; fabricación de prendas de vestir y otras manufacturas.

Las MYPES se caracterizan principalmente por sus bajos índices de relación capital - trabajo, con uso de tecnologías relativamente simples, intensivas en mano de obra y en gran parte con una débil división técnica del proceso productivo.

Cabe destacar que parte de estas unidades económicas son en algunas ramas de actividades muy sensibles a cambios en la demanda y precios de insumos intermitentes, con gran versatilidad y flexibilidad en su producción, advirtiéndose cambios estacionales en el volumen de producción, número de trabajadores, monto de capital y diseño del producto, no obstante, el sector goza de ventajas comparativas en productos como: confecciones, vestimenta, cuero y otros ("Bolivia" & C, 2010, págs. 25-30).

En relación a los mercados de abastecimiento para la Pymes en El Alto, se observa que el mercado de aprovisionamiento de La Paz es el principal no obstante, el mercado local tiende a consolidarse debido al establecimiento de pequeñas y hasta medianas empresas “alentando una tendencia al crecimiento intensivo”.

La flexibilidad y versatilidad del sector por efectos de la contratación de la demanda y crisis económica (interna y externa) han generado estrategias que ligados a I) el cambio de la línea de producción o actividad; II) el cambio de mercado de destino y III) la disminución de contratación de personal asalariado. (Ver anexo N° 1).

2.2.2 Estado del arte

Marzo 2000: Reino Unido nombra a un ministro de Responsabilidad Social.

Julio 2000: Lanzamiento del Global Compact de la ONU.

Mayo 2001: ISO comienza discusión sobre la elaboración de una norma sobre RS. Junio 2001.

Unión Europea comienza el desarrollo de una estrategia de RSE en Europa y publica el “Libro Verde”.

Marzo 2002: Ley francesa hace obligatorio el reporte social y ambiental (Reporte de Sostenibilidad). Abril 2002.

El GRI (Iniciativa de Reporte Global), se convierte en una institución permanente. Junio 2002: Comienza “Responsabilidad Social Corporativa: Campaña Europea de Negocios”.

Julio 2002: Creación de la Academia Europea de Responsabilidad Social Corporativa.

Junio 2004: ISO establece un cronograma para el establecimiento de la norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.

Septiembre 2004: Lanzamiento del “Foro Africano de Negocios de Sostenibilidad”, Consorcio de Asia Pacifico en RSE y Red Interamericana de RSE.

Septiembre 2004: Comienza el proceso de elaboración de la norma ISO 26000 de RS.

Marzo 2005: Primera reunión plenaria de grupos de trabajo ISO 26000 de RS.

2009-2010 ISO RS 2007 plenamente Nueva guía GRI. operativa.

2008 Reunión del 2004 Grupo Mundial ISO Comienza el RS en Chile el proceso de elaboración de Norma ISO RS 2001 Libro Verde de la 2005 Primera UE.

Ronda negociadora ISO plantea ISO RS necesidad de Norma en RSE 2000 Reino Unido 2002 nombra Francia. Reportes Ministro de se hacen CR. obligatorios para Lanzamiento empresas en del GC Bolsa

Principales certificaciones e instrumentos para medir RSE ISO GRI SA8000 AA1000

Pacto Global Metas del Milenio ONU Guía para Empresas Principios del Ecuador

Premio Nobel de la Paz Al Gore

- Panel Internacional sobre Cambio Climático Declaración del G8 sobre focos/prioridades (Alemania 2007)
- Cambio Climático
- Lucha contra la pobreza
- Llamado a que las empresas sean “parte de la solución” Congreso del Partido Comunista Chino (prioridades 2007-2012)
- Reforzar el concepto de “harmonious society”
- Compromiso con el desarrollo sostenible basado en la Ciencia.
- Focos en medio ambiente, protección social e inequidad.

En una cuantificación paramétrica del 100% en diferentes temas de investigaciones referidos a la RSE, se tienen los siguiente resultados: “Comunicación/divulgación” (16,67%), donde se hace referencia a la forma de difusión, interna y externa, formal e informal, de las prácticas de RSE.

“Gestión medioambiental” (14,10%) centrados en los sistemas de prevención, identificación y evaluación de actividades de impacto ambiental.

“Ética y toma de decisiones”, con un peso de 12,82% del total de tópicos encontrados.

“Cadena de suministros” (8,97%) donde se han incluido aquéllos que analizan la relaciones con los proveedores, estrategias relacionadas con el empleo, presiones externas, etc.

“Barreras y Aceleradores” (7,69%), %, esto es, comportamientos o circunstancias que potencian o no el desarrollo de políticas de RSE en las Pymes y “Estrategias y Gestión RSE” o técnicas para la implantación y desarrollo de una gestión socialmente responsable.

“Capital social” (6,41%), analizan la creación y cooperación entre diversas instituciones, públicas y/o privadas, redes y socios comerciales.

“RSE general” (5,13%), estudio de las actitudes, comprensión y gestión de la RSE en las Pymes, destacando las características que hacen que este tipo de organizaciones sean diferentes a las grandes empresas.

“Otros” (7,69%) aquellos trabajos que bien sea por su escaso peso dentro de los temas tratados o por la singularidad del tema estudiado no hemos podido ubicarlos en otros apartados.

CAPITULO III
REFERENCIAS DE
POLITICAS,
NORMAS E
INSTITUCIONAL

CAPITULO III: REFERENCIA DE POLITICAS, NORMAS E INSTITUCIONAL

En el estudio de la RSE, se debe tomar en cuenta que el conjunto de acciones que la conforman van más allá del cumplimiento estricto y obligatorio por el acatamiento de las leyes y normas, referidas particularmente a normativas laborales y medioambientales. El cumplimiento de las normativas básicas no es propio de la Responsabilidad Social. Aunque en sus inicios de la aplicación por parte de las empresas, éstas tomaban el cumplimiento legal como acciones de RSE, en la actualidad ya son consideradas sino solo hechos de apego a la ley que todas las empresas están destinadas a un cumplimiento obligatorio.

Si bien la RSE tiene una amplia base en normativas internacionales relacionadas con los derechos humanos, laborales y normas de medio ambiente, estas se caracterizan por no ser coercitivas, sino, más bien son de carácter de aplicación voluntaria.

Elas son:

Estas son la Responsabilidad Social 8000 (SA 8000)

Responsabilidad 1000 (AA1000),

ISO 9000

ISO 14001

ISO 26000 (actualmente en elaboración),

OHSAS 18001.

Declaración de los principios de la OIT (Organización Internacional del Trabajo)

Principios del Pacto Global.

En nuestro Estado por el momento, sólo se cuenta con varias leyes que hacen alusión al término de “Responsabilidad Social Empresarial” (*artículo 15 del Código niña, niño y adolescente sancionado por la ley No. 548, art. 11 de la Ley 685 de 11 de mayo de 2015, art. 30 Ley General para Personas con Discapacidad de 2 de marzo de 2012*) y algunos proyectos de ley:

- ✓ Proyecto de ley sobre la RSE. presentada por la Comisión de Economía plural, Producción e Industria de la Brigada de Assembleístas Plurinacionales de Cochabamba, el 10 de diciembre del 2012, la cual a la fecha no existe resultados.
- ✓ Proyecto de ley presentada por la CAINCO sobre la “Concientización sobre la RSE”.
- ✓ “CORPORACION BOLIVIANA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL” (COBORSE), organización sin fines de lucro con asiento en Tarija.
- ✓ Decreto Supremo N° 1150 del 29 de febrero de 2012 para reglamentar las transferencias de recursos de Yacimientos Petrolíferos Fiscales Bolivianos (YPFB) a instituciones públicas y/o privadas, en el marco de la política de responsabilidad social corporativa adoptada por YPFB, a fin de viabilizar sus inversiones.
- ✓ Ley 393 de Servicios Financieros del 21 de agosto de 2013 y "Reglamento del artículo 115 sobre Responsabilidad Social Empresarial para Entidades de Intermediación Financiera", mismo que es modificado el 30 de diciembre de 2015.
- ✓ Ley N° 685 del 11 de mayo del 2015. Controlar y supervisar el ejercicio de la Responsabilidad Social y Empresarial aplicable a las Sociedades Comerciales, con excepción de aquellas que se encuentran reguladas por otras disposiciones normativas.
- ✓ Desde el año 2006, el Instituto Boliviano de Comercio Exterior - IBCE ha incorporado la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una herramienta más frente a las exigencias de los mercados a través del consumo responsable de productos y servicios.
- ✓ El Instituto Boliviano de Normalización y Calidad (IBNORCA), crea la certificación del “Triple Sello”, referida eliminar el Trabajo Infantil, la Discriminación y el Trabajo Forzoso.
 - La certificación del Triple Sello está compuesta por seis normas bolivianas:

- NB 56010: Fundamentos, clasificación y definiciones de libre trabajo infantil
 - NB 56011: Requisitos de libre de trabajo infantil
 - NB 56012: Fundamentos, clasificación y definiciones de libre de discriminación
 - NB 56013: Requisitos de libre de discriminación
 - NB 56014: Fundamentos, clasificación y definiciones de libre de trabajo forzoso
 - NB 56015: Requisitos de libre de trabajo forzoso
- ✓ A inicios de la gestión 2014, la Federación de Entidades Empresariales Privadas de Cochabamba (FEPC), con el apoyo del *Dutch Employers' Cooperation Programme* (DECP), creó el Observatorio de Responsabilidad Social Empresarial, con el objetivo de apoyar y facilitar el accionar del sector empresarial en materia de RSE., determinando los siguientes sectores a través de encuesta.

Gráfico N° 6: Ámbito de interés para realizar acciones de RSE.



Fuente: Observatorio de RSE

CAPITULO IV
FACTORES
DETERMINANTES
DEL TEMA

CAPÍTULO IV: FACTORES DETERMINANTES DEL TEMA

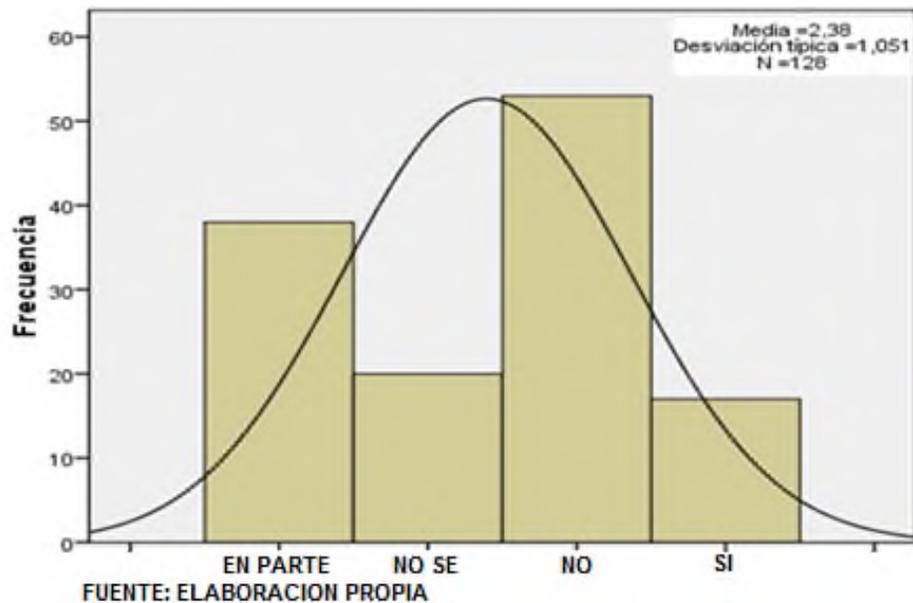
4.1 Solución objetivos específicos 1.5.2.1 y 1.5.2.2 de la página número 13 de la presente investigación.

Tabla N° 3: ¿Posee conocimiento de la temática de la RSE?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	38	29,7	29,7	29,7
NO SE	20	15,6	15,6	45,3
NO	53	41,4	41,4	86,7
SI	17	13,3	13,3	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 7: ¿Posee conocimiento de la temática de la RSE?



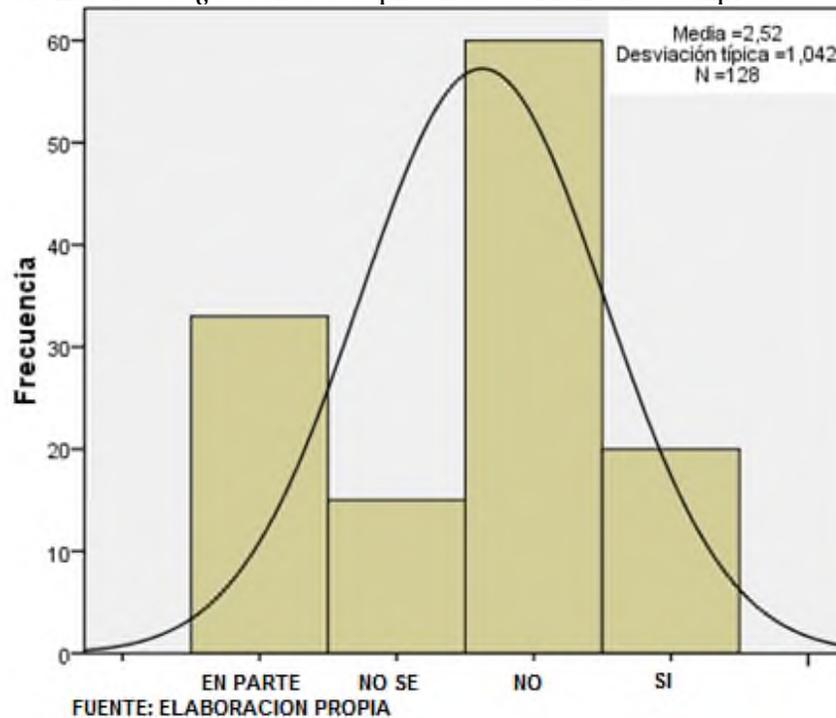
Producto de los resultados en el cuadro y la gráfica se deduce que si bien no existe un conocimiento pleno de la RSE, existe un conocimiento aunque sea mínimo del tema, hecho que es favorable para encarar cualquier acción relacionada, sin embargo podemos mencionar que la respuesta más común fue el **No** conocer con 41.3%, estando luego **En Parte** con un 30%.

Tabla N° 4: ¿Observa Ud. prácticas de RSE en su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	33	25,8	25,8	25,8
NO SE	15	11,7	11,7	37,5
NO	60	46,9	46,9	84,4
SI	20	15,6	15,6	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 8: ¿Observa Ud. prácticas de RSE en su empresa?



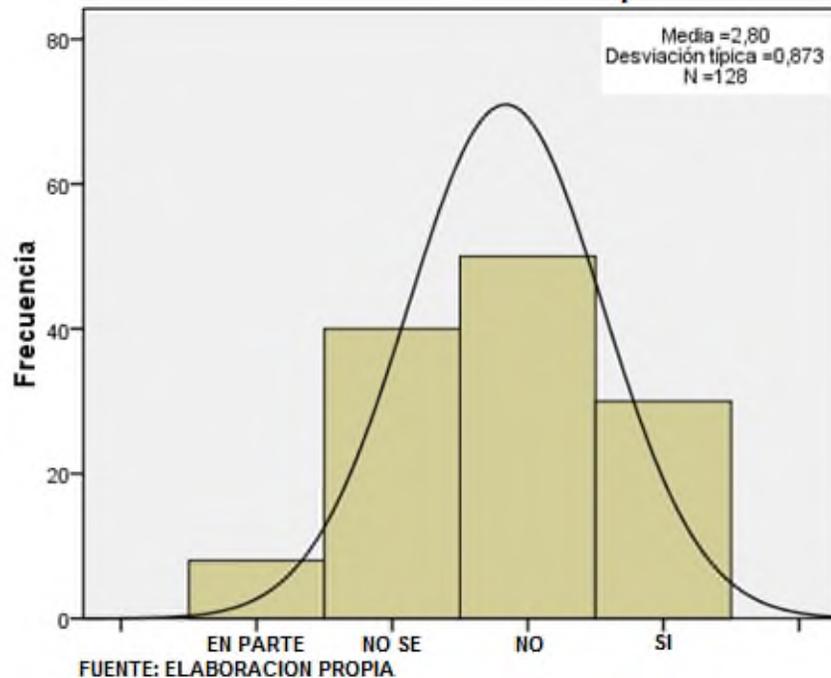
Predomina el No con 47%, seguido del En Parte con 26%, de lo cual se deduce que las MyPES realizan prácticas de RSE, aunque presumiblemente solo sean aquellas que están normadas por ley.

Tabla N° 5: ¿Considera usted que la empresa informa satisfactoriamente Sobre las prácticas de RSE?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	8	6,3	6,3	6,3
NO SE	40	31,3	31,3	37,5
NO	50	39,1	39,1	76,6
SI	30	23,4	23,4	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 9: ¿Considera usted que la empresa informa satisfactoriamente sobre las prácticas de RSE?



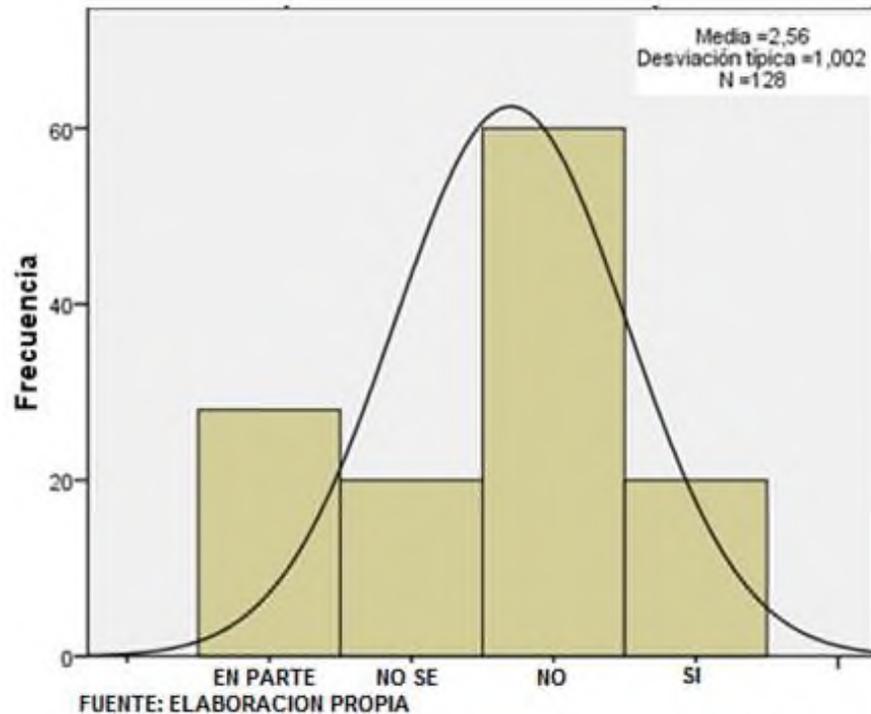
El 39% de los encuestados manifiesta que **No** existe una buena comunicación sobre las prácticas de RSE, sin que esto signifique lo contrario, por ello se deduce que el 31% respondió con un **No Se**.

Tabla N° 6: Encuentra Ud. relevante implantar una política de RSE en su empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	28	21,9	21,9	21,9
NO SE	20	15,6	15,6	37,5
NO	60	46,9	46,9	84,4
SI	20	15,6	15,6	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 10: ¿Encuentra Ud. relevante implantar una política de RSE en su empresa?



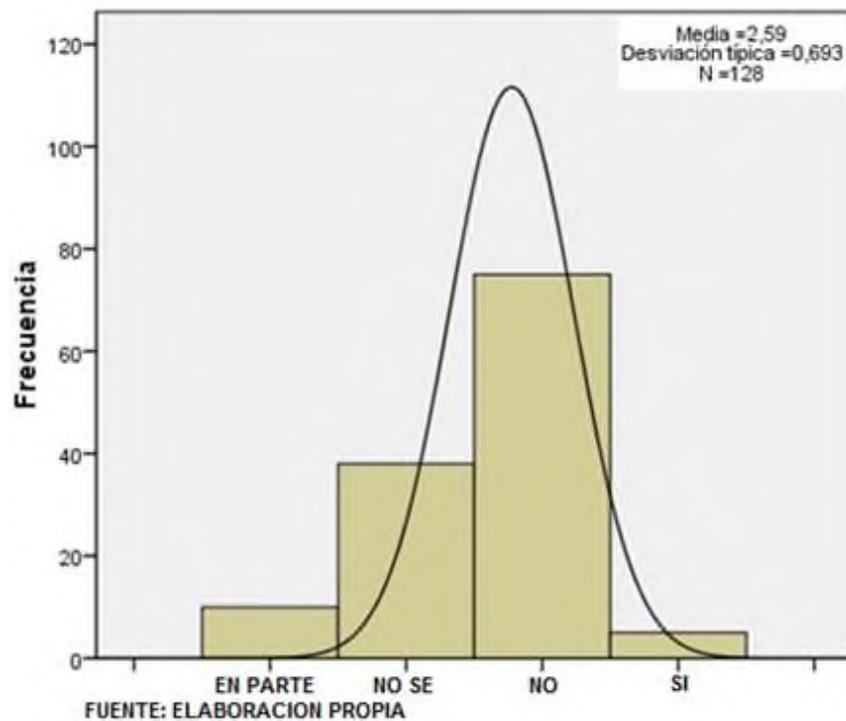
Los encuestados manifiestan que **No** con un 46%, seguido **En Parte** con el 22%, lo que expresa que la mayoría no tienen conocimiento de las ventajas que brinda la RSE a las empresas.

Tabla N° 7: ¿Aporta la empresa al bienestar de su comunidad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	10	7,8	7,8	7,8
NO SE	38	29,7	29,7	37,5
NO	75	58,6	58,6	96,1
SI	5	3,9	3,9	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 11: ¿Aporta la empresa al bienestar de su comunidad?



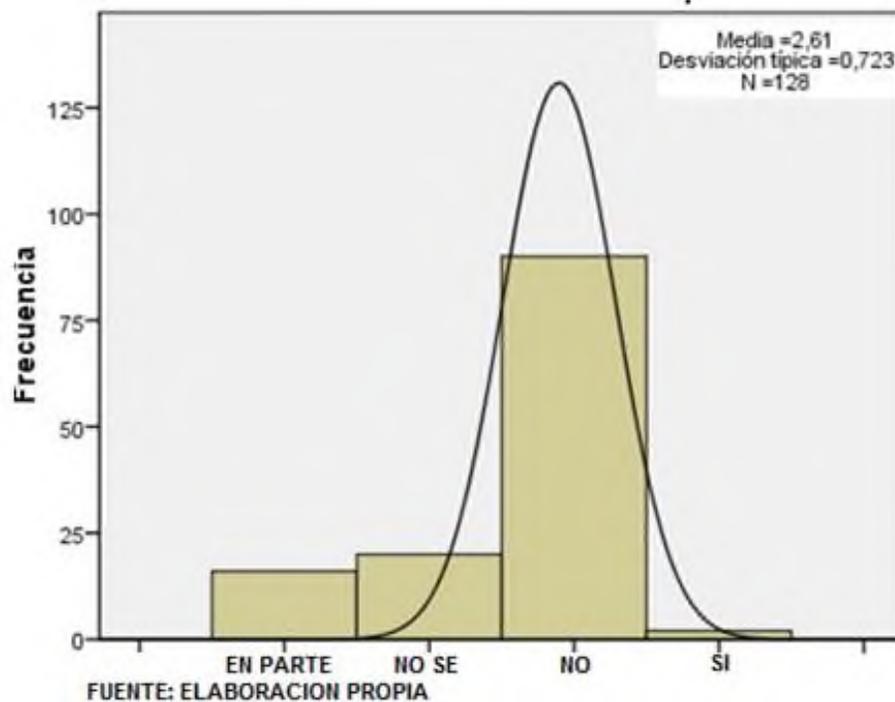
Predomina el No con un 59%, lo que implica un predominio pero no una contundencia, sin embargo, podemos deducir que son mínimas las relaciones entre las MyPES y la comunidad.

Tabla N° 8: ¿Considera Ud. interesantes charlas informativas sobre la implementación de prácticas socialmente responsables?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	10	7,8	7,8	7,8
NO SE	38	29,7	29,7	37,5
NO	75	58,6	58,6	96,1
SI	5	3,9	3,9	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 12: ¿Considera Ud. interesante charlas informativas sobre la implementación de prácticas socialmente responsables?



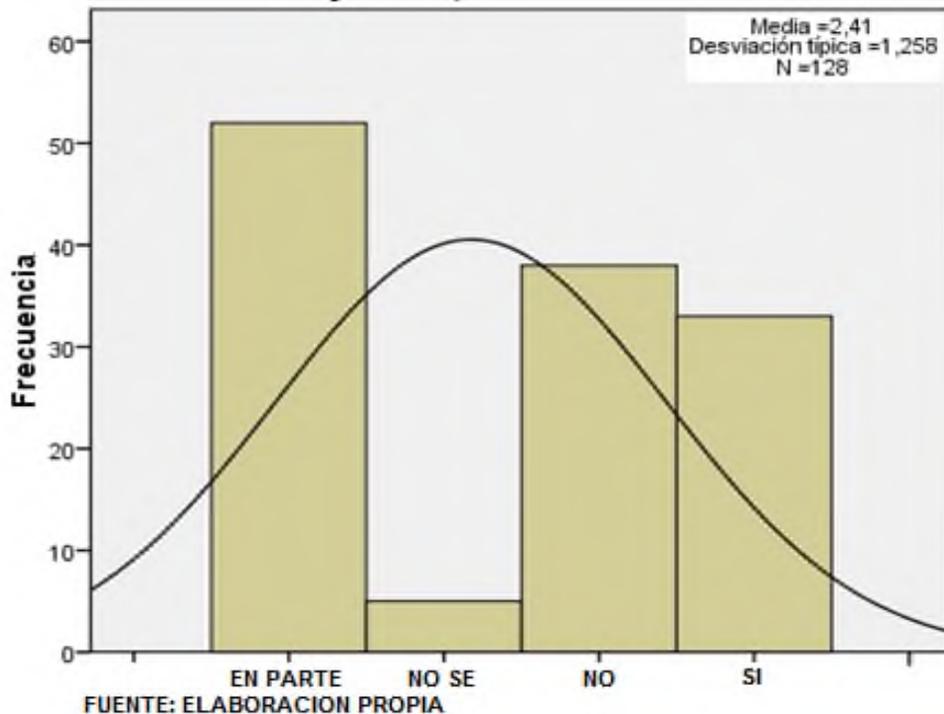
Entre los encuestados predomina el No con un 70%, de lo cual se deduce que existe desconocimiento y algún tipo de celo que les hace considerar que la RSE, puede causar algún tipo de malestar o daño a la empresa, por ello niegan cualquier conocimiento pleno sobre el tema.

Tabla N° 9: ¿Cree Ud. que la empresa considera la opinión de los trabajadores en materia de toma de decisiones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	52	40,6	40,6	40,6
NO SE	5	3,9	3,9	44,5
NO	38	29,7	29,7	74,2
SI	33	25,8	25,8	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 13: ¿Cree Ud. que la empresa considera la opinión de los trabajadores en materia de toma de decisiones?



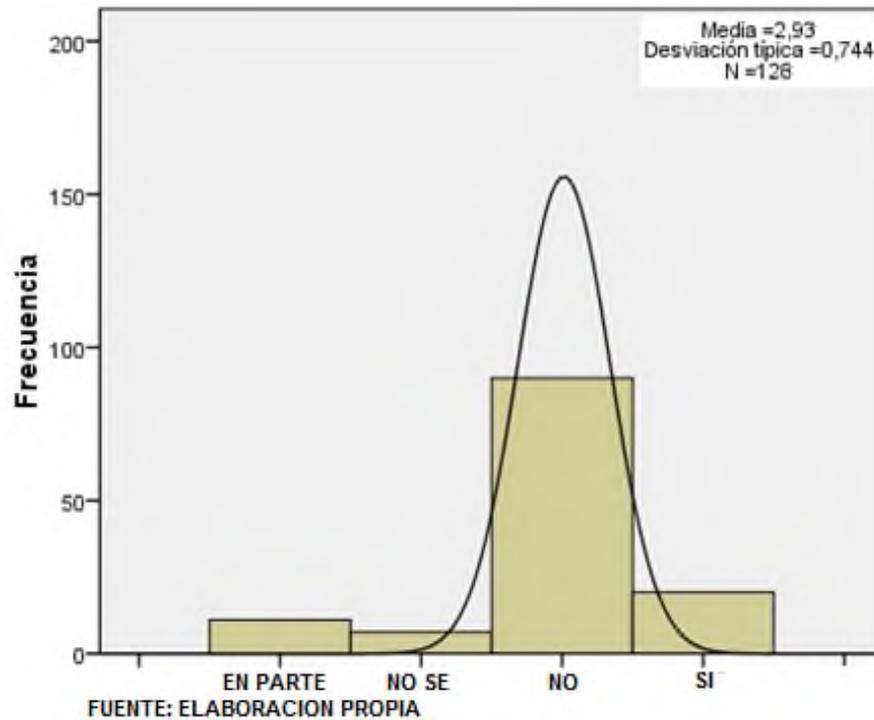
El 41% que corresponde al En Parte, manifiesta que si son informados sobre las actividades que realizan las empresas, aunque esto no nos permite apreciar con claridad sobre qué temas específicos se les accede la información.

Tabla N° 10: ¿Observa Ud. preocupación por parte de la empresa en materia de capacitaciones?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	11	8,6	8,6	8,6
NO SE	7	5,5	5,5	14,1
NO	90	70,3	70,3	84,4
SI	20	15,6	15,6	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 14: ¿Observa Ud. preocupaciones por parte de la empresa en materia de capacitaciones?



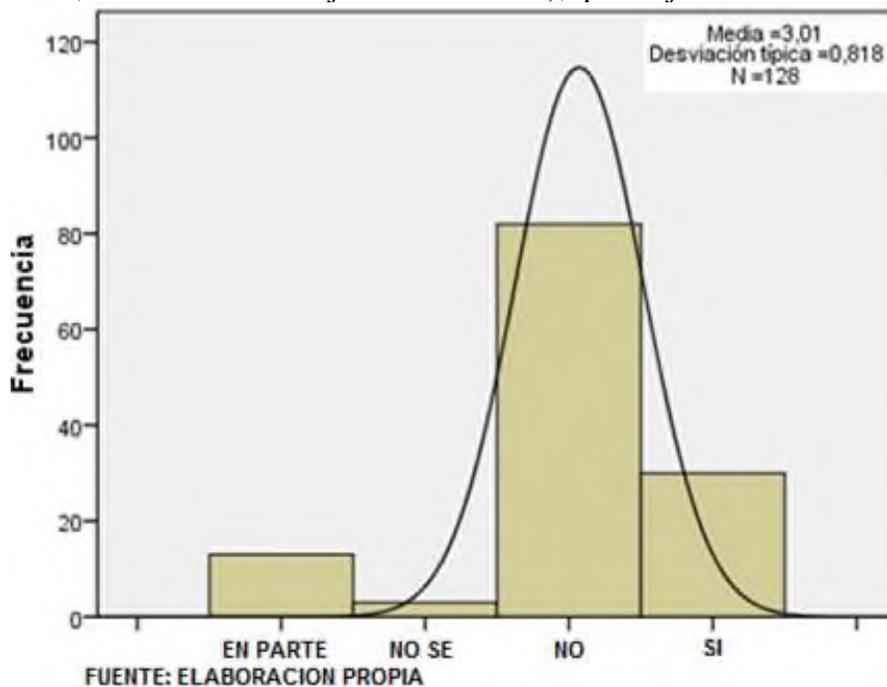
Predomina el No con 90%, lo que implica que las empresas no están dispuestas a mejorar la capacidad de sus trabajadores.

Tabla N° 11: ¿Se preocupa su empresa por actividades de integración (convivencias, cumpleaños, actividades de relajación entre otras), que mejoren el clima organizacional?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	13	10,2	10,2	10,2
NO SE	3	2,3	2,3	12,5
NO	82	64,1	64,1	76,6
SI	30	23,4	23,4	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 15: ¿Se preocupa su empresa por actividades de integración (convivencias, cumpleaños, actividades de relajación entre otras), que mejoren el clima laboral?



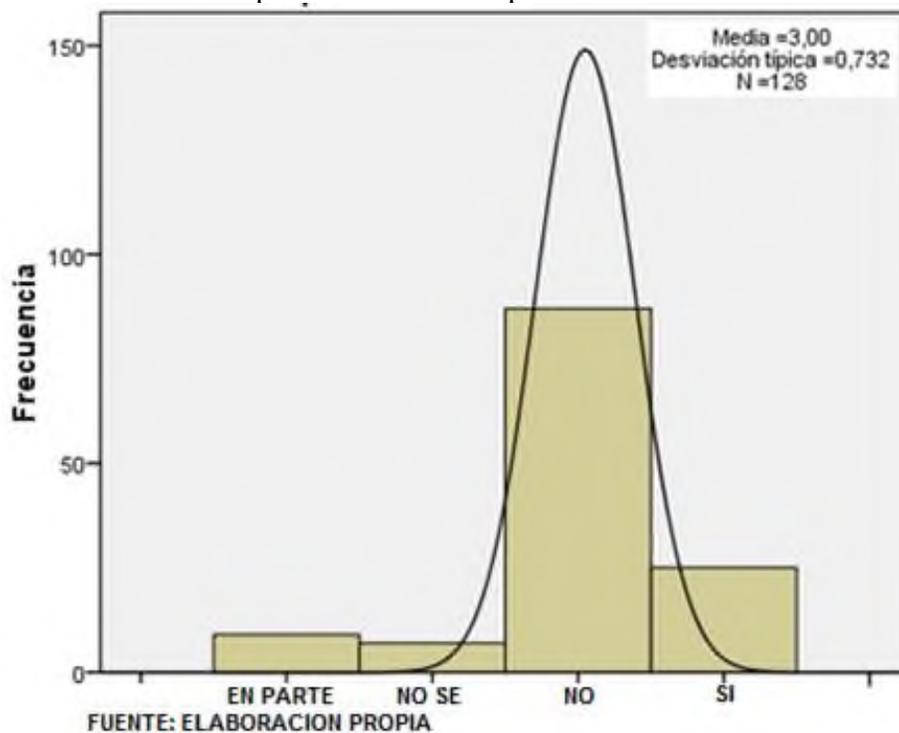
El 64%, manifiesta que No, pero sin embargo también existe un 23% que manifiesta que Sí, por lo que se deduce que existe una aplicación parcial a lo que se refiere la pregunta.

Tabla N° 12: ¿Toma la empresa medidas adecuadas que proporcionen suficiente protección a sus empleados?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	9	7,0	7,0	7,0
NO SE	7	5,5	5,5	12,5
NO	87	68,0	68,0	80,5
SI	25	19,5	19,5	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 16: ¿Toma la empresa medidas adecuadas que proporcionen suficiente protección a sus empleados?



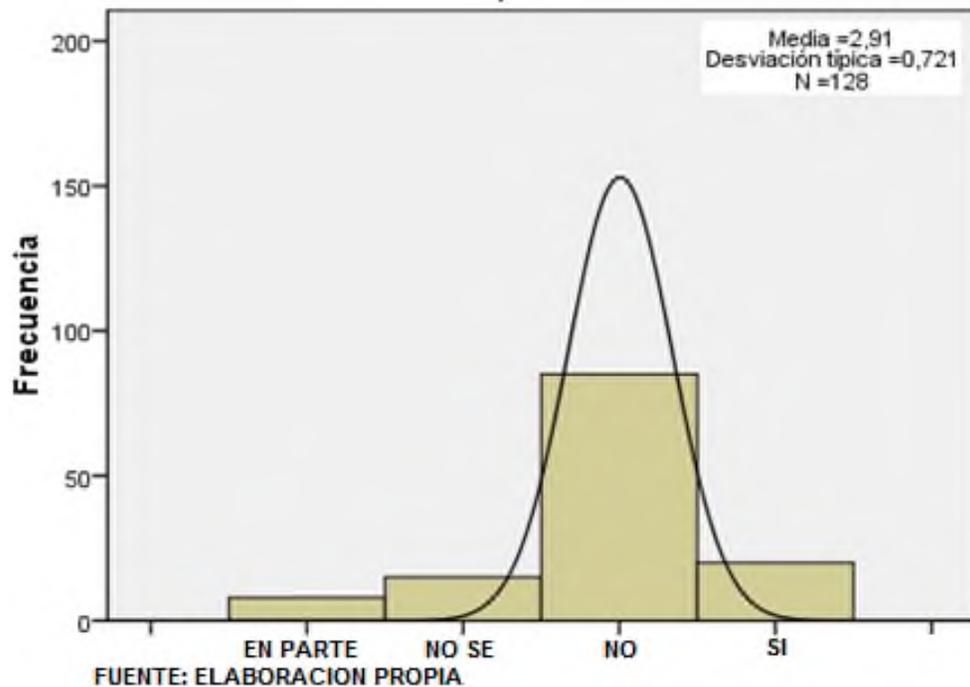
El 68% manifiestan que No existe una protección adecuada por parte de las empresas hacia sus trabajadores.

Tabla N° 13. ¿La empresa alienta a trabajadores para que desarrollen libremente sus habilidades y formen una carrera perdurable en el tiempo con posibilidades de promoción?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	8	6,3	6,3	6,3
NO SE	15	11,7	11,7	18,0
NO	85	66,4	66,4	84,4
SI	20	15,6	15,6	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 17: ¿La empresa alienta a trabajadores para que desarrollen sus habilidades y formen una carrera perdurable en el tiempo con posibilidades de promoción?



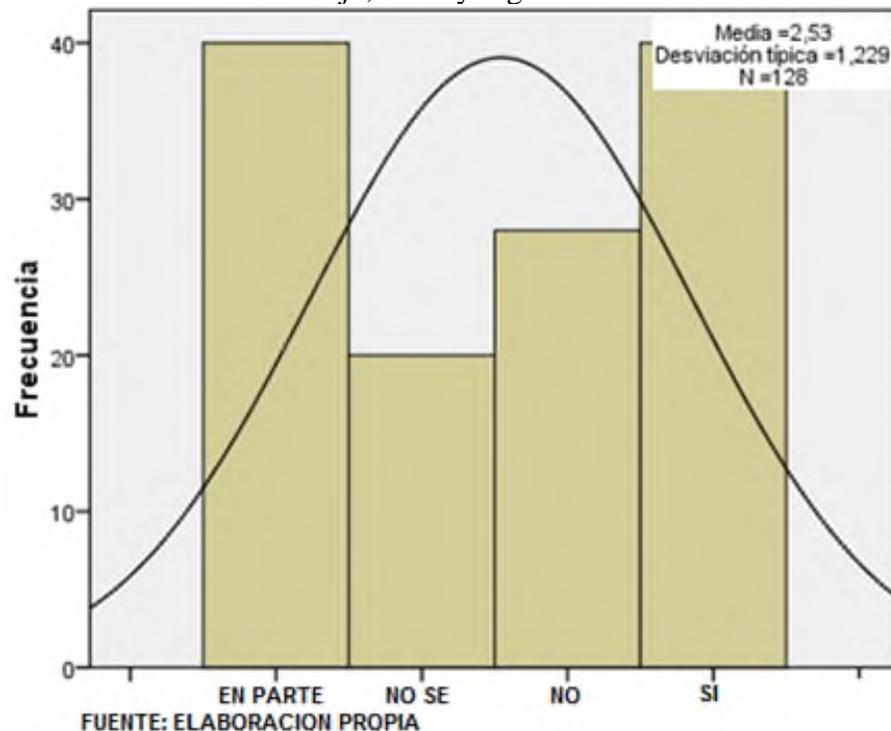
El 66% indican que NO, por lo que las empresas no toman ningún estímulo hacia los trabajadores para que estos desarrollen sus habilidades orientados hacia una mejor producción.

Tabla N° 14: ¿Cumple con las obligaciones legales que aseguran buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	40	31,3	31,3	31,3
NO SE	20	15,6	15,6	46,9
NO	28	21,9	21,9	68,8
SI	40	31,3	31,3	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 18: ¿Cumple con las obligaciones legales que aseguran buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad?



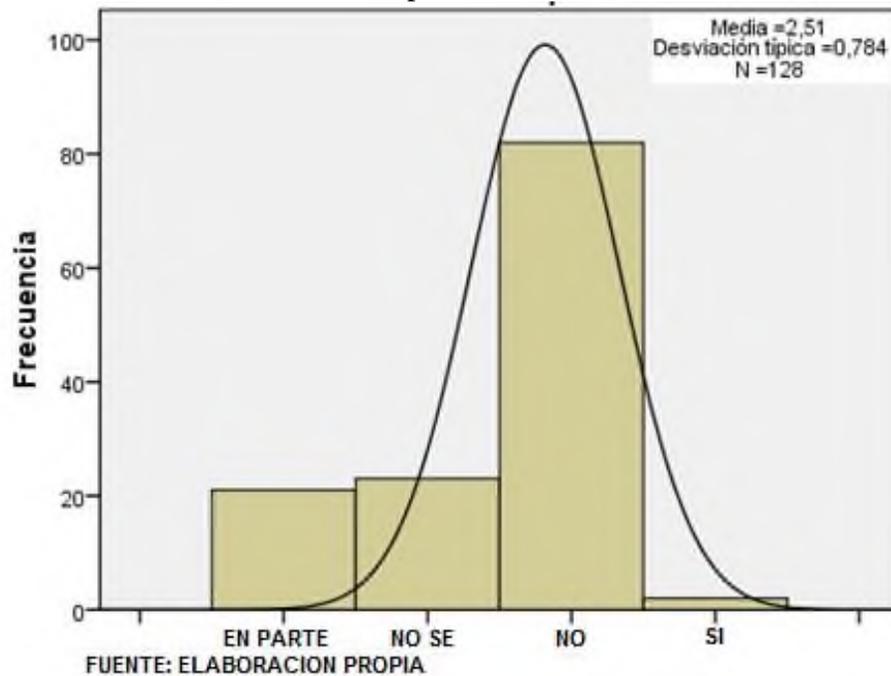
El 31% de los encuestados manifiestan que existe un cumplimiento de las obligaciones legales con sus trabajadores, mientras que otro grupo también del 31% dicen que las empresas cumplen con esas obligaciones solo En Parte.

Tabla N° 15: ¿Observa Ud. que se realicen investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción e identificar áreas que requieren atención en la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	21	16,4	16,4	16,4
NO SE	23	18,0	18,0	34,4
NO	82	64,1	64,1	98,4
SI	2	1,6	1,6	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 19: ¿Observa Ud. que se realicen investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción e identificar áreas que repusieran atención en la empresa?



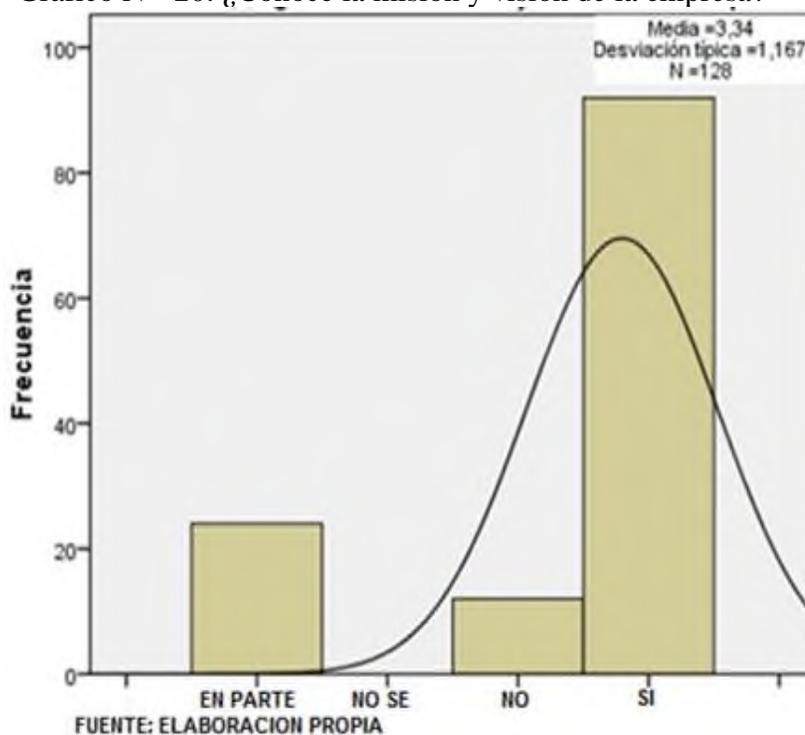
64% de los encuestados manifiestan que no existe ningún tipo de interés por parte de las empresas en lo que se refiere al clima organizacional.

Tabla N° 16: Conoce la misión y visión de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	24	18,8	18,8	18,8
NO	12	9,4	9,4	28,1
SI	92	71,9	71,9	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 20: ¿Conoce la misión y visión de la empresa?



De los encuestados, el 71% manifiestan que si las empresas se preocupan por hacerles conocer la Misión y Visión de cada una de ellas.

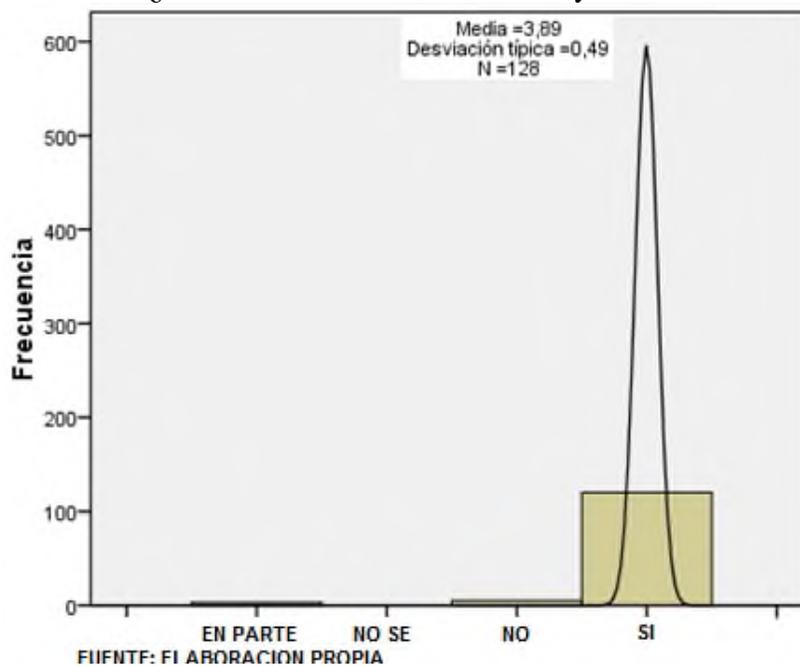
+

Tabla N° 17: ¿Conoce las normas de conducta de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	3	2,3	2,3	2,3
NO	5	3,9	3,9	6,3
SI	120	93,8	93,8	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 21: ¿Conoce las normas de conducta y valores de la empresa?



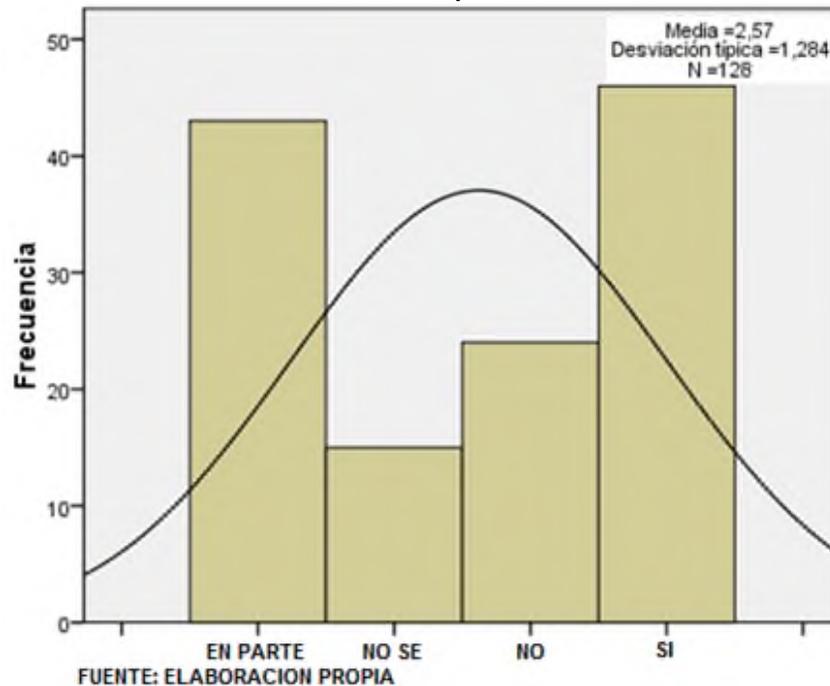
El 93% de los encuestados afirman conocer las normas de conducta y valores de las empresas, por lo que denota un gran interés de las empresas sobre el tema.

Tabla N° 18: ¿Considera Ud. que las normas de conducta de la empresa se encuentran correctamente aplicadas?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	43	33,6	33,6	33,6
NO SE	15	11,7	11,7	45,3
NO	24	18,8	18,8	64,1
SI	46	35,9	35,9	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 22: ¿Considera Ud. que las normas de conducta de la empresa se encuentran correctamente aplicadas?



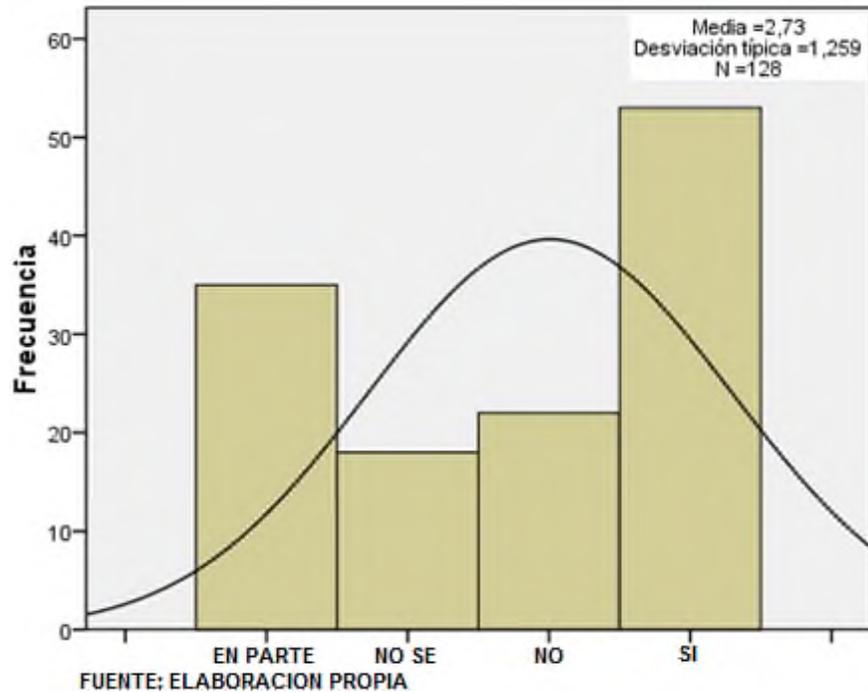
36% de los encuestados manifiestan que Si, a su vez otro 34%, afirman que solo en parte las normas de conducta de la empresa se encuentran correctamente aplicadas, lo que puede implicar una manipulación en busca de que éstas favorezcan solo a los empresarios.

Tabla N° 19: ¿La empresa hace partícipe a los trabajadores de los valores de la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	35	27,3	27,3	27,3
NO SE	18	14,1	14,1	41,4
NO	22	17,2	17,2	58,6
SI	53	41,4	41,4	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 23: ¿La empresa hace partícipe a los trabajadores de los valores de la institución?



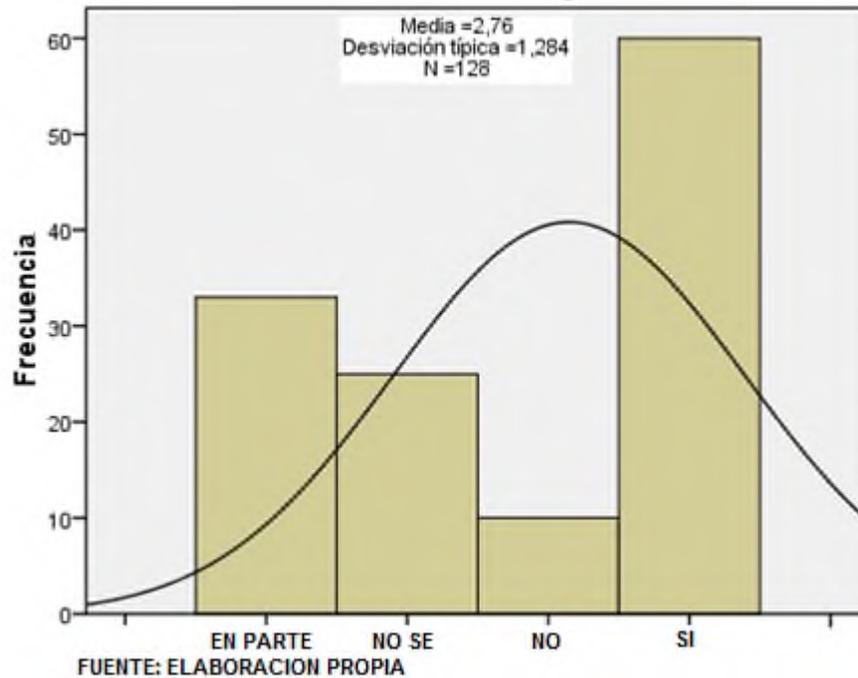
En cuanto al conocimiento de valores de las empresas hacia los trabajadores, el 41% afirman que Si, mientras el 27% aseguran que solo se cumple en parte.

Tabla N° 20: ¿La empresa promueve un vocabulario de respeto, amistad y compañerismo entre los diferentes actores dentro de la organización?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	33	25,8	25,8	25,8
NO SE	25	19,5	19,5	45,3
NO	10	7,8	7,8	53,1
SI	60	46,9	46,9	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 24: ¿La empresa promueve un vocabulario de respeto, amistad y compañerismo entre los diferentes actores dentro de la organización?



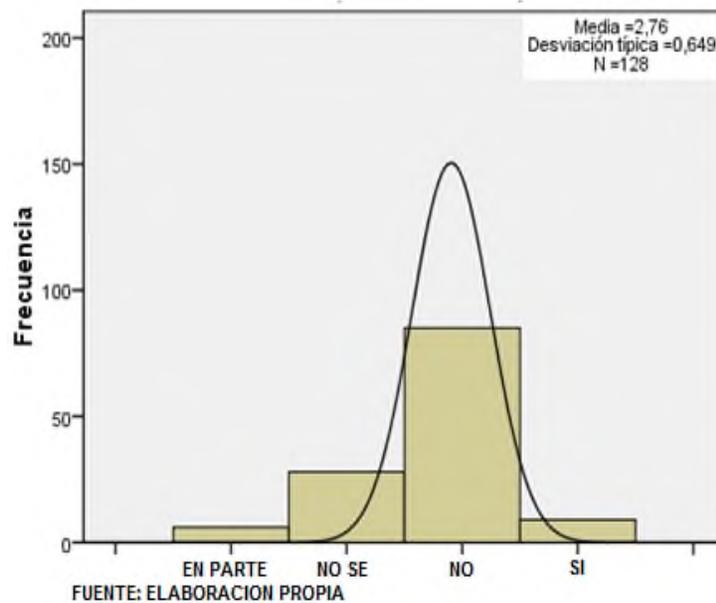
Respecto a la pregunta planteada, el 47% aseguran que Sí, mientras que el 26% afirman que solo se promueve En Parte con tan solo el 26%.

Tabla N° 21: ¿Observa Ud. que la empresa brinda oportunidades laborales a grupos socialmente vulnerables tales como personas discapacitadas, jóvenes de escasos recursos o personas sin experiencia laboral?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	33	25,8	25,8	25,8
NO SE	25	19,5	19,5	45,3
NO	10	7,8	7,8	53,1
SI	60	46,9	46,9	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 25: ¿Observa Ud. que la empresa brinda oportunidades laborales a grupos socialmente vulnerables tales como personas discapacitadas, jóvenes de escasos recursos, o personas sin experiencia laboral?



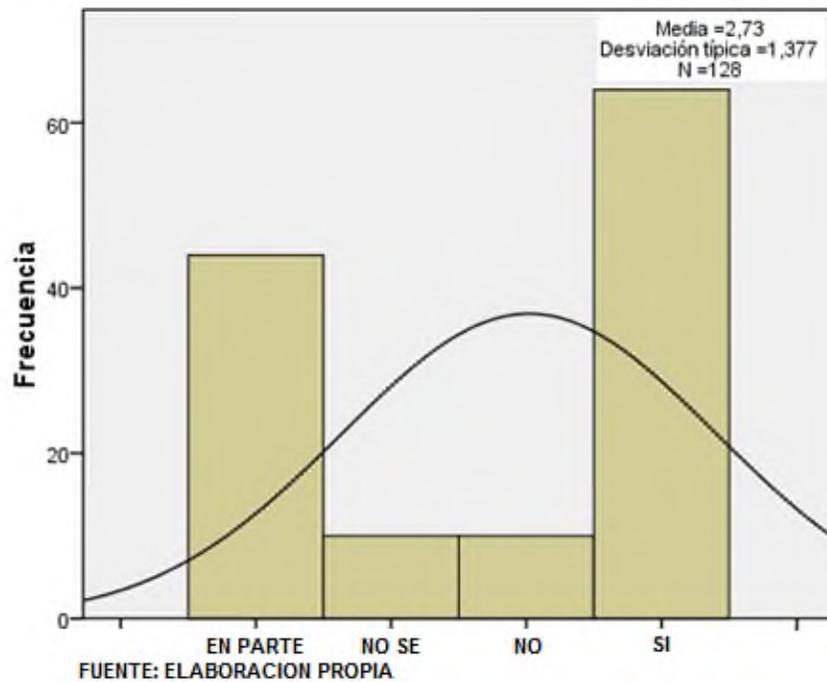
El 66% de los encuestados manifiestan que No existen oportunidades a personas con capacidades diferentes ni equidad de género.

Tabla N° 22: ¿Considera Ud. que la empresa confía en la capacidad y desempeño del trabajador?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	44	34,4	34,4	34,4
NO SE	10	7,8	7,8	42,2
NO	10	7,8	7,8	50,0
SI	64	50,0	50,0	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 26: ¿Considera Ud. que la empresa confía en la capacidad y desempeño del trabajador?



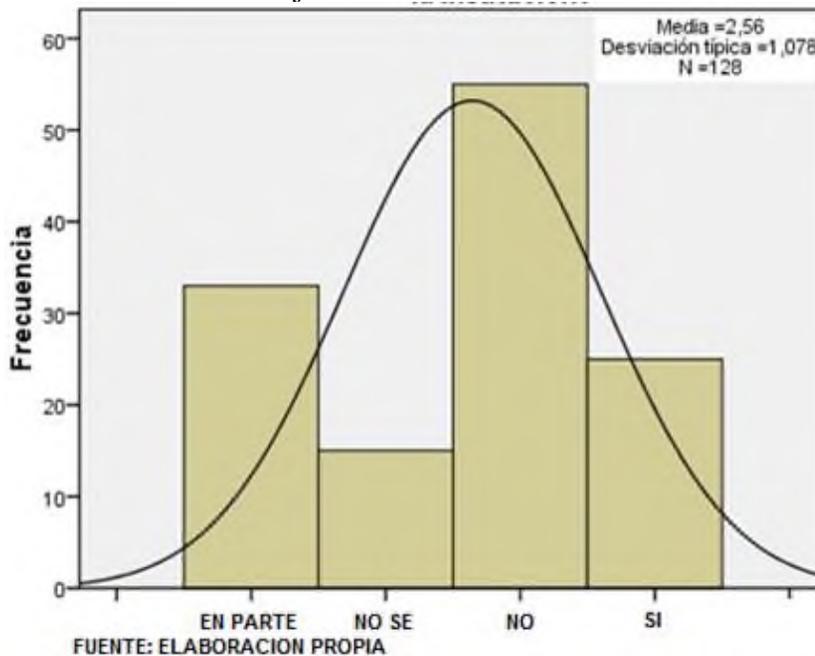
El 50% de los encuestados manifiestan que Si, las empresas confían en la capacidad y desempeño de sus trabajadores, mientras que del restante 50%, 34% afirman que solo se confía en 34% como el siguiente más representativo.

Tabla N° 23: ¿La empresa respeta tanto la capacidad como el tiempo y espacio que tienen los trabajadores dentro de la institución?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	33	25,8	25,8	25,8
NO SE	15	11,7	11,7	37,5
NO	55	43,0	43,0	80,5
SI	25	19,5	19,5	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 27: ¿La empresa respeta tanto la privacidad, como el tiempo y espacio que tienen los trabajadores dentro de la institución?



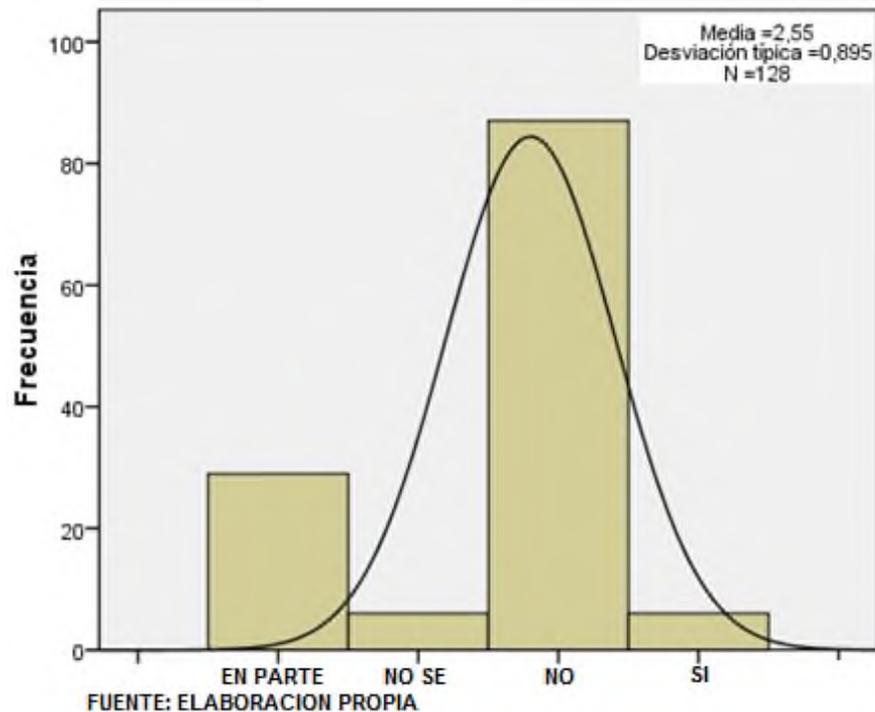
En cuanto el respeto de las empresas hacia la privacidad, tiempo y espacio de los trabajadores, el 43 manifiestan que No, en tanto que el 26% dicen que solo se cumple en parte.

Tabla N° 24: ¿Encuentra Ud. que la empresa actúa con transparencia en el entorno en que se desenvuelve?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	29	22,7	22,7	22,7
NO SE	6	4,7	4,7	27,3
NO	87	68,0	68,0	95,3
SI	6	4,7	4,7	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 28: ¿Encuentra Ud. que la empresa actúa con transparencia en el entorno en que se desenvuelve?



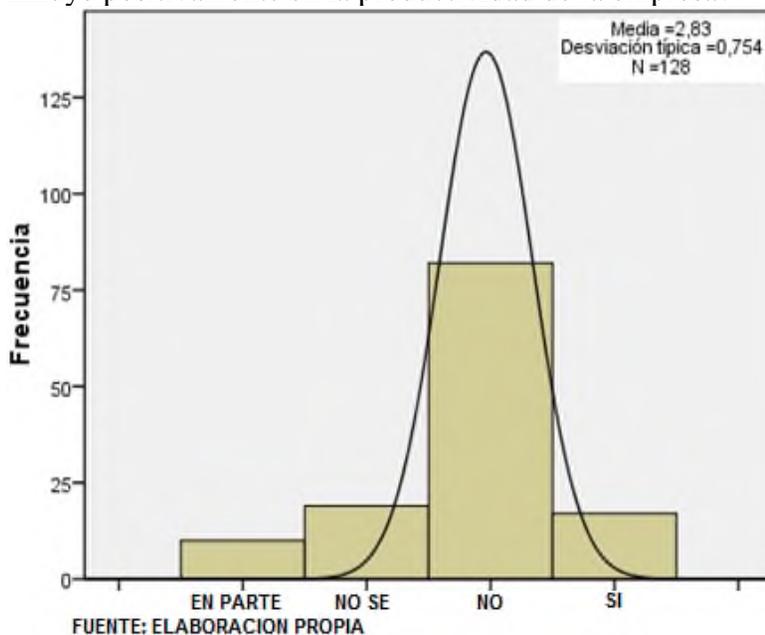
En lo referente a la transparencia de la producción de las empresas, los encuestados indican que No con 68% y un 23% indican que solo proceden al cumplimiento En Parte.

Tabla N° 25: ¿Considera Ud. que una práctica adecuada de responsabilidad social influye positivamente en la productividad de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	10	7,8	7,8	7,8
NO SE	19	14,8	14,8	22,7
NO	82	64,1	64,1	86,7
SI	17	13,3	13,3	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 29: ¿Considera Ud. que una práctica adecuada de responsabilidad social influye positivamente en la productividad de la empresa?



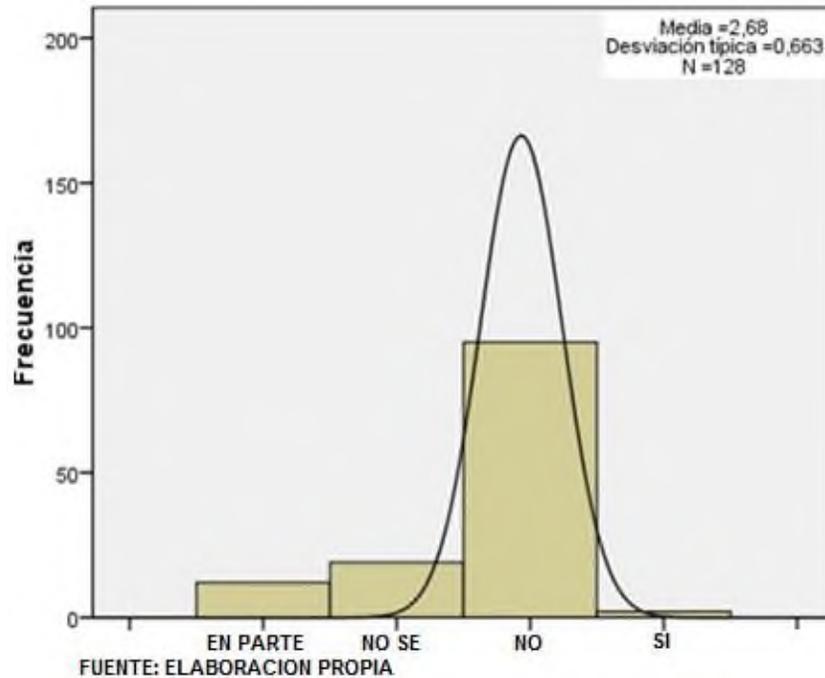
El 64% manifiestan que No las prácticas de RSE no tienen influencia sobre la productividad de las empresas, mientras que el 13% dicen que Sí.

Tabla N° 26: ¿considera la empresa información sobre sus estados financieros?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	12	9,4	9,4	9,4
NO SE	19	14,8	14,8	24,2
NO	95	74,2	74,2	98,4
SI	2	1,6	1,6	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 30: ¿Comparte la empresa información sobre sus estados financieros?



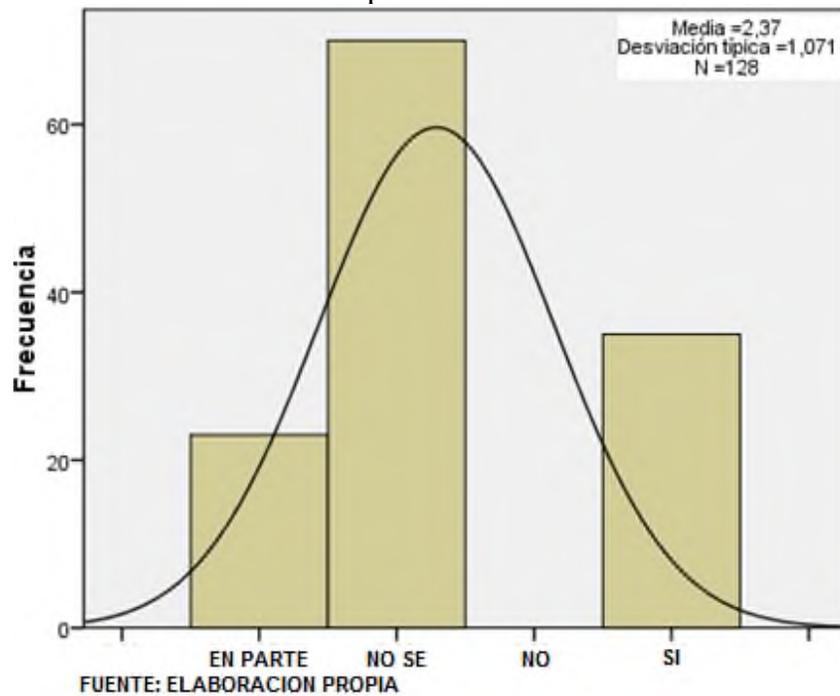
74% de los encuestados manifiestan que No existe información en lo referente a sus estados financieros, por lo existe desinformación referente al tema.

Tabla N° 27: ¿Considera Ud. que un buen clima laboral beneficia la productividad empresarial?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	23	18,0	18,0	18,0
NO SE	70	54,7	54,7	72,7
SI	35	27,3	27,3	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 31: ¿Considera Ud. que un buen clima laboral beneficia la productividad empresarial?



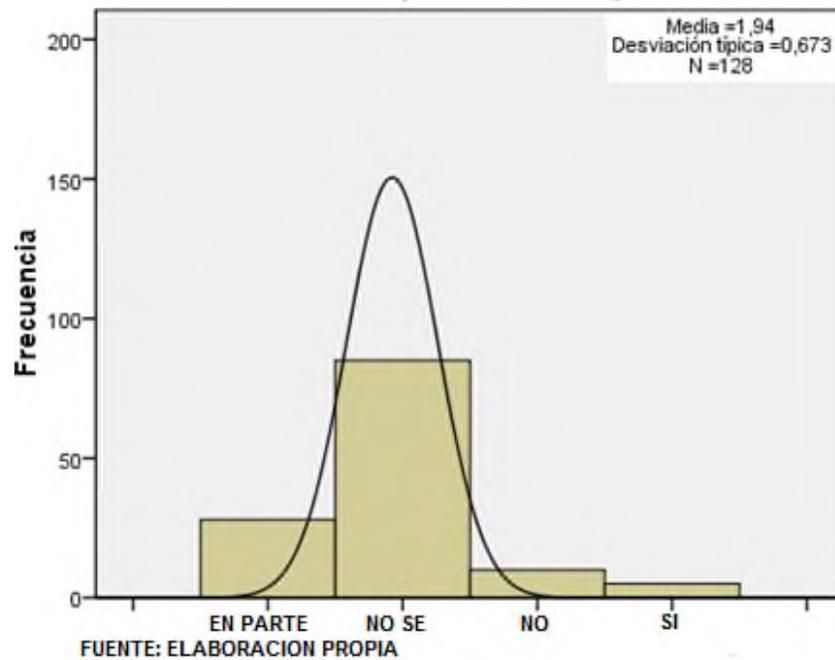
En lo que respecta al clima laboral y su influencia en la producción, el 55% respondió No Se, pero por otro lado otro sector considerable respondió que Sí con un 27%.

Tabla N° 28: ¿Cree Ud. que trabajar bajo una política de responsabilidad social proporciona perdurabilidad de la empresa en el tiempo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	28	21,9	21,9	21,9
NO SE	85	66,4	66,4	88,3
NO	10	7,8	7,8	96,1
SI	5	3,9	3,9	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 32: ¿Cree Ud. que trabajar bajo una política de responsabilidad social proporciona perdurabilidad de la empresa en el tiempo?



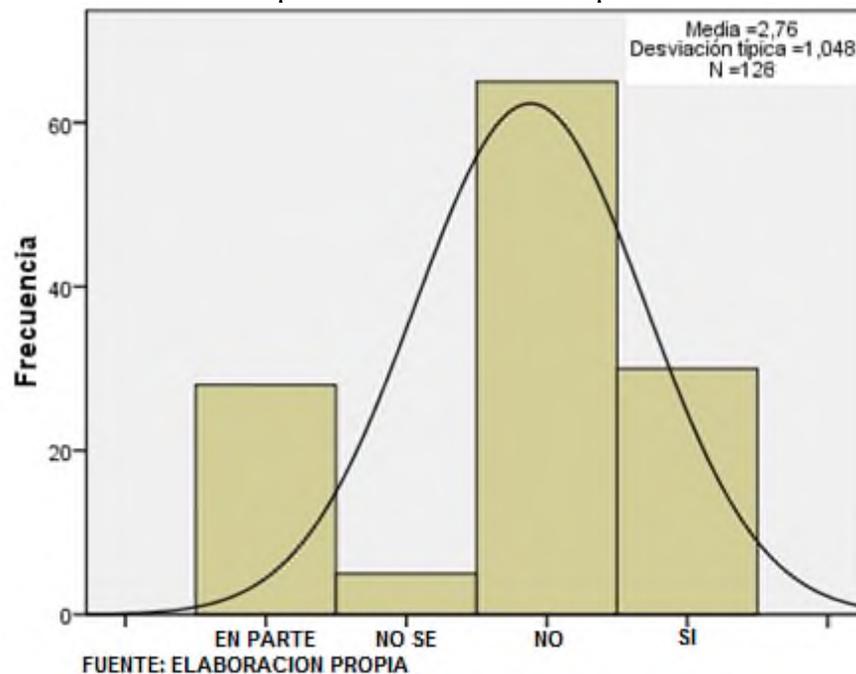
El 66% de los encuestados contestaron No Sé, y el 22% No Sé, demostrando el desconocimiento de las ventajas que brinda la RSE.

Tabla N° 29. ¿Promueva actividades de capacitación enfocadas al desempeño de tareas específicas dentro de la empresa?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	28	21,9	21,9	21,9
NO SE	5	3,9	3,9	25,8
NO	65	50,8	50,8	76,6
SI	30	23,4	23,4	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 33: ¿Promueva actividades de capacitación enfocadas al desempeño de tareas específicas dentro de la empresa?



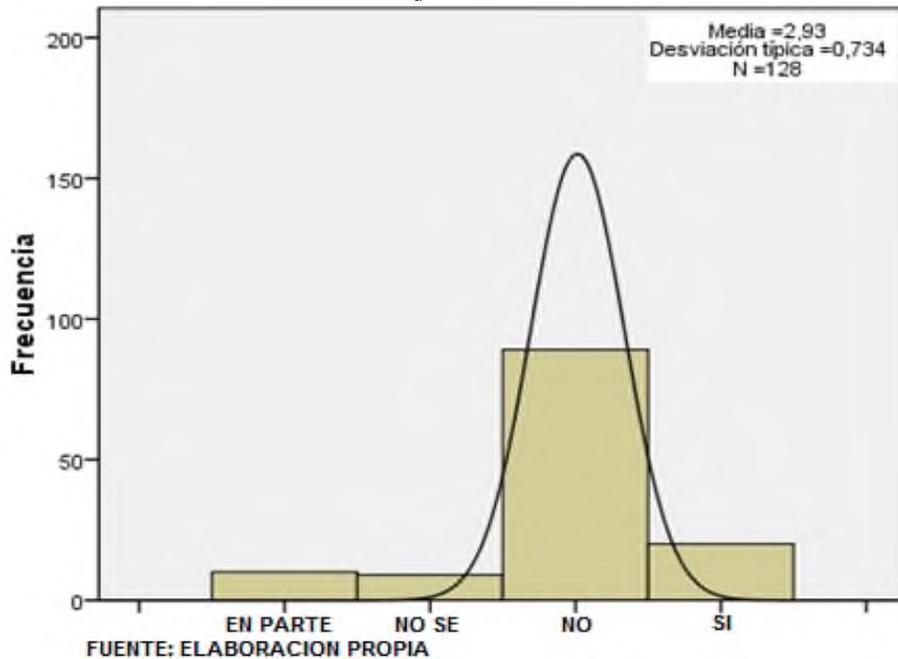
De los encuestados el 51%, manifiestan que las empresas No realizan capacitaciones de sus trabajadores, seguidos del 23% del Sí y el En Parte.

Tabla N° 30: ¿Demuestra interés la empresa por reclamos y/o sugerencias de trabajadores?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	10	7,8	7,8	7,8
NO SE	9	7,0	7,0	14,8
NO	89	69,5	69,5	84,4
SI	20	15,6	15,6	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 34: ¿Demuestra interés la empresa por reclamos y/o sugerencias de trabajadores?



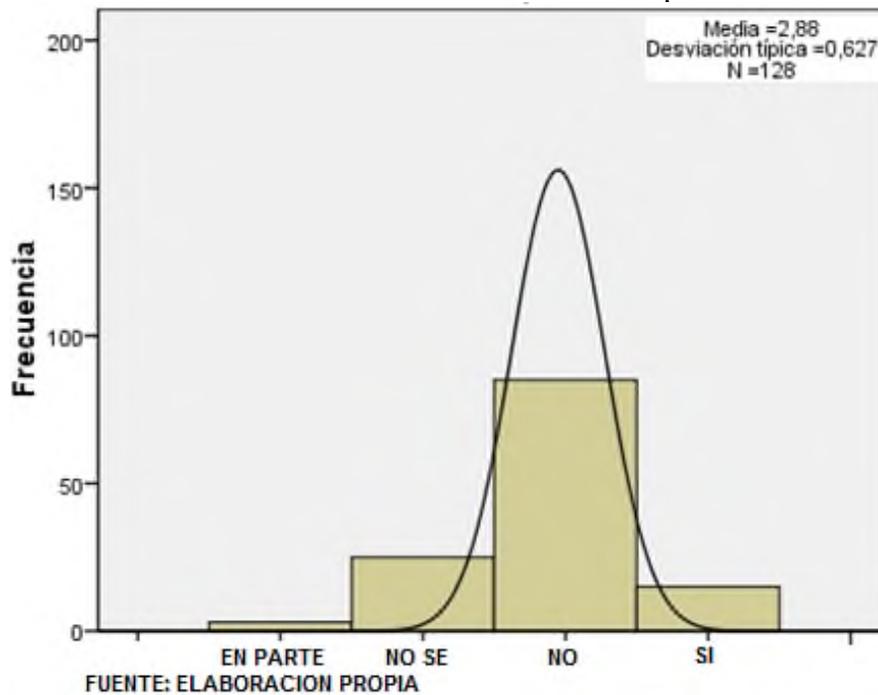
Sobre el interés de las empresas por los reclamos y/o sugerencias, el 70% sostienen que No muestran ningún interés.

Tabla N° 31. ¿Existe un clima dentro de la empresa, donde se puedan tocar temas financieros en caso de necesidades del puesto?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos EN PARTE	3	2,3	2,3	2,3
NO SE	25	19,5	19,5	21,9
NO	85	66,4	66,4	88,3
SI	15	11,7	11,7	100,0
Total	128	100,0	100,0	

Fuente: Elaboración propia

Gráfico N° 35: ¿Existe un clima dentro de la empresa donde se puedan tocar temas financieros en caso de necesidades del puesto?



El 66% de los encuestados manifiestan que No, por lo que se deduce que quienes administran las empresas, no brindan ningún tipo de oportunidad sobre la pregunta, por lo que los trabajadores en cuanto a incrementos sólo están sujetos a los incrementos otorgados por el Estado.

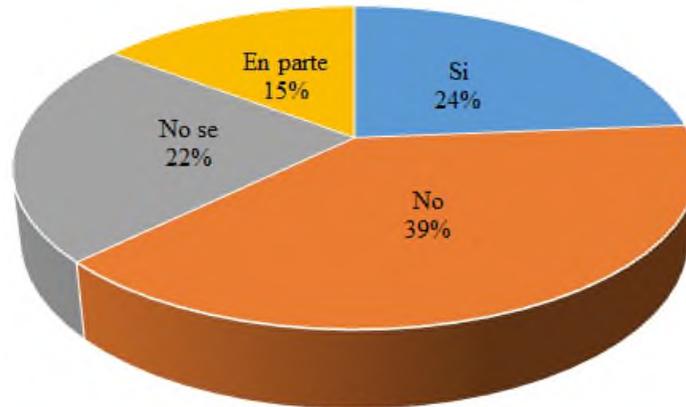
3.1 CONSOLIDACIÓN DE LAS RESPUESTAS POR ÁREAS

Tabla N° 32: consolidación de las respuestas por áreas

Cuadro N° 30: I.- Grado de Conocimiento y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial					
Preguntas	Si	No	No se	En parte	Total
¿Posee conocimiento sobre la temática de la RSE?	17	53	20	38	128
¿Observa Ud. prácticas de la RSE en su empresa?	20	60	15	33	128
¿Considera Ud. que la empresa informa satisfactoriamente sobre las prácticas de RSE?	30	50	40	8	128
¿Encuentra Ud. relevante implantar una política de RSE en su empresa?	20	60	40	8	128
¿Aporta la empresa al bienestar de su comunidad?	5	75	38	10	128
¿Considera Ud. interesante charlas informativas sobre la implementación de prácticas socialmente responsables?	90	2	20	16	128
Total	182	300	173	113	768

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 36: Grado de conocimiento y aplicación de la responsabilidad social empresarial



Fuente: Elaboración propia

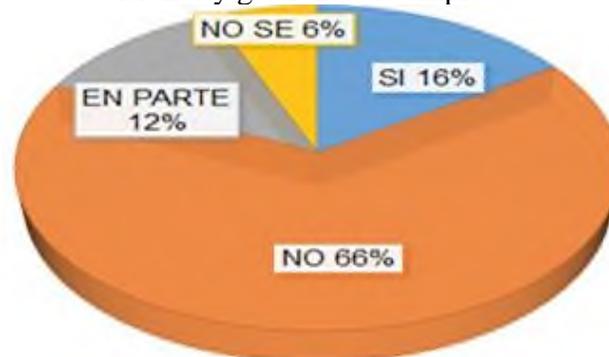
En la primera área de estudio (Grado de Conocimiento y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial), en base a las respuestas de la encuesta planteada, se observa que solo el 24% de los encuestados tienen conocimiento, predominando el **No** con 39%.

Tabla N° 33. Relaciones laborales y participación de los trabajadores en la toma de decisiones y gestión de la empresa.

Preguntas	Si	No	No Se	En Parte	Total
¿Cree Ud. que la empresa considera la opinión de los trabajadores, en materia de toma de decisiones?	33	38	3	54	128
¿Observa Ud. preocupación por parte de la empresa en materia de capacitaciones?	20	90	7	11	128
¿Se preocupa su empresa por actividades de integración (convivencias, cumpleaños, actividades de relajación, entre otras), que mejoren el clima laboral?	30	82	3	13	128
¿Toma la empresa medidas adecuadas que proporcionen suficiente protección a sus empleados?	25	87	7	9	128
¿La empresa alienta a trabajadores para que desarrollen libremente sus habilidades y formen una carrera perdurable en el tiempo con posibilidades de promoción?	20	85	15	8	128
¿Cumple con las obligaciones legales que aseguran buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad?	40	28	20	40	128
¿Observa Ud. que se realicen investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción e identificar áreas que requieren atención en la empresa?	2	82	25	19	128
Total	170	492	80	154	896

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 37: Relaciones laborales y participación de los trabajadores en la toma de decisiones y gestión de la empresa



Fuente: Elaboración propia

El 66% de los encuestados dicen **No** existen buenas relaciones laborales y participación de los trabajadores en la toma de decisiones y gestión de la empresa.

Tabla N° 34: Valores y ética en la empresa

Preguntas	Si	No	No Se	En Parte	Total
¿Conoce la misión y visión de la empresa?	92	12	0	24	128
¿Conoce las normas de conducta y valores de la empresa?	120	5	0	3	128
¿Considera Ud. que las normas de conducta de la empresa se encuentran correctamente aplicadas?	46	24	15	43	128
¿La empresa hace partícipes a los trabajadores de los valores de la institución?	53	22	18	35	128
.- ¿La empresa promueve un vocabulario de respeto, amistad y compañerismo entre los diferentes actores dentro de la organización?	60	10	25	33	128
¿Observa Ud. que la empresa brinda oportunidades laborales a grupos socialmente vulnerables tales como personas discapacitadas, jóvenes de escasos recursos, o personas sin experiencia laboral?	9	85	17	17	128
¿Considera Ud. que la empresa confía en la capacidad y desempeño del trabajador?	59	15	10	44	128
¿La empresa respeta tanto la privacidad, como el tiempo y espacio que tienen los trabajadores dentro de la institución?	25	55	15	33	128
¿Encuentra Ud. que la empresa actúa con transparencia en el entorno en que se desenvuelve?	6	87	6	29	128
Total	470	315	106	261	1152

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 38: Valores y ética en la empresa



Fuente: Elaboración propia

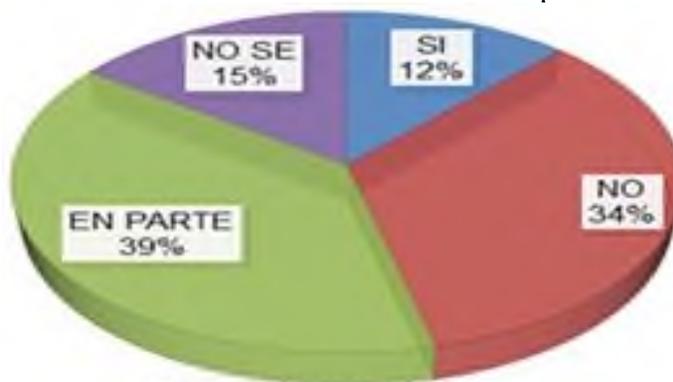
El 41% de los encuestados afirman que en sus empresas existen valores y ética que orientan el accionar de cada una de ellas.

Tabla N° 35: Productividad de la empresa

Preguntas	Si	No	No Se	En Parte	Total
¿Considera Ud. que una práctica adecuada de responsabilidad social influye positivamente en la productividad de la empresa?	1	3	114	10	128
¿Considera Ud. que una práctica adecuada de responsabilidad social influye positivamente en la productividad de la empresa?	15	2	82	29	128
¿Comparte la empresa información sobre sus estados financieros?	2	95	9	22	128
¿Considera Ud. que un buen clima laboral beneficia la productividad empresarial?	35	0	70	23	128
¿Cree Ud. que trabajar bajo una política de responsabilidad social proporciona perdurabilidad de la empresa en el tiempo?	5	10	85	28	128
¿Promueve actividades de capacitación enfocadas al desempeño de tareas específicas dentro de la empresa?	30	65	5	28	128
¿Demuestra interés la empresa por reclamos y/o sugerencias de trabajadores?	20	89	9	10	128
¿Existe un clima dentro de la empresa, donde se puedan tocar temas financieros en caso de necesidades del puesto?	15	85	23	5	128
Total	123	349	397	155	1024

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 39: Productividad de la empresa



Fuente: Elaboración propia

En éste grupo de preguntas predomina En Parte con 39% y el No con 34%, demostrando el desconocimiento de las ventajas que brinda la RSE en la productividad de la Empresa.

Tabla N° 36: Consolidación de respuestas de la encuesta

Si	No	No Se	En Parte	Total
182	300	173	113	768
170	492	80	154	896
470	315	106	261	1152
123	349	397	155	1024
945	1456	756	683	3840

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico N° 40: Consolidación de respuesta de la encuesta



Fuente: Elaboración Propia

Como se aprecia el gráfico, predomina el No con 38%, seguido del Si con 24%, lo que nos indica que existe una aplicación de la Responsabilidad Empresarial aunque ésta sea mínima.

En éste grupo de preguntas predomina En Parte con 18% y el No con 38%, demostrando el desconocimiento de las ventajas que brinda la RSE en la productividad de la Empresa.

Coficiente Alfa de Cronbach: Ver anexo N° 5

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$$\sum S_i^2 = 26,00 \quad \sum S_T^2 = 574,30$$

$$\alpha = \frac{128}{128-1} \left[1 - \frac{26,00}{574,30} \right] = 0,96$$

En base al resultado obtenido se manifiesta que es de 0.96 muy cercano a uno, por lo que se considera de alta confiabilidad, siendo el nivel de significancia del 0.954 y por lo tanto los grados de libertad para cometer errores serán de 0.0382.

**CAPITULO V
CONCLUSIONES
Y SOLUCIONES
PRÁCTICAS**

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y SOLUCIONES PRÁCTICAS

5.1 CONCLUSIONES

- En cuanto a la identificación del grado de la Responsabilidad Social Empresarial, se lo realizó mediante la aplicación de encuesta de acuerdo a la muestra tomada de la población, concluyendo que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), durante los últimos años ha sido objeto de creciente interés por parte de las Empresas, Organismos Internacionales y Gobiernos, que ven en ella la posibilidad de lograr un desarrollo equilibrado entre retorno y desarrollo económico social, además con carácter general, la RSE no se considera todavía una prioridad en el ámbito de la pequeña y mediana empresa.
- La evaluación del nivel de aplicación de la RSE, verifica que el 38% respondió NO, el 20% respondió NO SE y el 18% EN PARTE, sumando un 76%, considerándose suficiente evidencia para afirmar que las empresas participantes no aplican Responsabilidad Social Empresarial.
- Producto de la evaluación del nivel de aplicación de la RSE mediante programas de Ética Empresarial, Compromiso con la Comunidad, Medio Ambiente, Clima Organizacional y Marketing Responsable, como consecuencia del estudio realizado mediante la encuesta, se determina que en los cinco sectores abarcados, existe conocimiento y aplicación de la RSE., con un 24% que afirman conocer sobre la Responsabilidad Social Empresarial, que de acuerdo con los indicadores ETHOS, representa una etapa básica de acciones de la empresa. Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales de 0% hasta 25% de aplicación.
- Éste 24%, a través de un incremento en el conocimiento de la RSE puede mejorar lo que repercutirá en la competitividad de la empresa, por la vía de un desempeño en los mercados que sea sustentable, así como también, consistente con un desarrollo viable y sostenible.
- A la fecha, existe una mínima participación del Estado mediante programas y/o proyectos que incentiven a las diferentes empresas para adoptar como cultura la

RSE.

- No existe transparencia de todos los actores en el desarrollo de todos los involucrados con la empresa.
- Queda patente, por tanto, la necesidad percibida de impulsar actuaciones que tengan en cuenta tanto los apoyos económicos para superar la barrera que supone la falta de recursos, como los apoyos formativos y de divulgación para superar el obstáculo que supone el desconocimiento.
- Aunque aún queda mucho trabajo por hacer, la predisposición por parte de las empresas es positiva. Así, más de tres cuartas partes del total de las empresas involucradas en el estudio han manifestado su voluntad de continuar con el proceso de implantación de la RSE.
- La RSE no está aun suficientemente promocionada mediante programas de ayudas o incentivos fiscales.
- No existen mecanismos difusores para que a través de ellos, la población valore efectivamente los esfuerzos de RSE que se realizan las PYMEs.
- Ninguna de las PyMES sujeto a estudio cuenta con encargado sobre la RSE.

5.2 RECOMENDACIONES

- Las PyMES deben incluir en su visión empresarial el compromiso con la responsabilidad social en su dimensión interna y externa.
- Identificar los principales desafíos que enfrenta la empresa en relación con la investigación y práctica de la responsabilidad social empresarial.
- Incorporar en el Plan de Negocios la Responsabilidad Social como un aspecto integrado a toda la gestión del negocio y no sólo como una actividad ligada.
- Contar con políticas de uso racional de los recursos que evite el derroche, para evitar problemas de residuos sólidos y líquidos e impacto ambiental.
- Crear políticas de **ayudas económicas e incentivos fiscales** para lograr una mayor implantación de la RSE en las PYMEs.
- Crear programas de **formación, información y sensibilización**, para avanzar en cuanto a la aplicación de la RSE.

- Es necesario hacer un mayor esfuerzo para dar a conocer las actuaciones que ya se están poniendo en marcha desde la Administración, puesto que un grado de información adecuado resulta imprescindible para poder acceder a esos apoyos de diverso tipo.
- Exigir a las PyMES acciones de RSE. en el momento en que el estado realiza compras a éstas, incluyendo cláusulas sociales y ambientales en los documentos de licitación y en los contratos de adquisiciones de bienes y servicios.
- El estado, debe dar el ejemplo con prácticas de RSE desde las empresas públicas.

5.3 CONCLUSIONES ESPECÍFICAS

Para el logro de los objetivos específicos dentro del presente trabajo se tuvieron que sortear algunas dificultades provenientes del desarrollo de la investigación, los mismos que cito a continuación:

- a. En cuanto al llenado de formularios, estos fueron entregados por motivos laborales, los mismo fueron devueltos sin constancia de que fueran llenados por las personas elegidas de acuerdo al sorteo aleatorio realizado
- b. Existió el compromiso de las empresas para colaborar con la investigación pero bajo la condición de que no figure ningún nombre de las empresas encuestadas, por temor de que esta investigación les cause la exigencia en el pago de impuestos u otro tipo de problemas.
- c. El costo de la investigación en cuanto se refiere a los encuestadores es muy alto, lo que se constituye en obstáculos para todos los investigadores.
- d. Con la información obtenida se pudieron alcanzar plenamente los objetivos específicos planteados.

5.4 VERIFICACION DE LA HIPÓTESIS

Para realizar la prueba de la hipótesis usaré el método de proporción, de la siguiente forma:

DATOS

n = 3840 consolidado

x = 2895 consolidado

Donde: n = sumatoria total de la muestra por preguntas

X = número de encuestados por preguntas que respondieron No, no sé y en parte.

1. Planteamiento de la Hipótesis

$$H_0: P \geq 50\%$$

$$H_1: P < 50\%$$

2. Significación

El nivel de significación utilizado es: $\alpha = 5\%$

En función a la hipótesis planteada se tiene la siguiente gráfica:

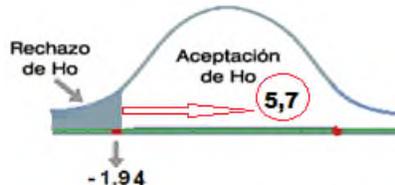


3. Cálculo de la Proporción y Valores críticos:

$$P = \frac{x}{n} \rightarrow P = \frac{2895}{3840} \rightarrow P = 0.75$$

$$Z_P = \frac{P - P_0}{\sqrt{\frac{(P_0 * q_0)}{n}}} \rightarrow Z_P = \frac{0.75 - 0.50}{\sqrt{\frac{(0.50 * 0.50)}{128}}} \rightarrow Z_P = \frac{0.25}{\sqrt{\frac{0.25}{128}}} \rightarrow Z_P = \frac{0.25}{0.044} \rightarrow Z_P = 5.7$$

4. El valor de $Z_P = 5.7$ está al lado derecho y es mayor que -1.96:



Por tanto:

Decisión: **Se acepta H_0 .**

Conclusión: Se puede afirmar que las MYPES del “distrito N° 6” de la ciudad de El Alto No Aplican Responsabilidad Social Empresarial a través de programas de ética

empresarial, Compromiso con la comunidad, medio ambiente, clima organizacional y marketing responsable.

5.5 EVIDENCIA TEORICA

En los últimos años se observa que la Responsabilidad Social Empresarial, viene siendo objeto de creciente interés por parte de las Organizaciones Empresariales, Organismos Internacionales y Gobiernos, mismos que ven en ella la posibilidad de lograr un desarrollo equilibrado entre retorno y desarrollo económico social por parte de las empresas.

Es indudable que mediante la aplicación de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial, se pueden lograr mejoras en competitividad, por la vía de un desempeño en los mercados que sea sustentable, así como también, consistente con un desarrollo viable y sostenible.

Sin embargo, los intentos por aplicar RSE al interior de las empresas, en un primer momento, se deben focalizar en empresas de gran tamaño, por su mayor visibilidad, capacidad para influir en el entorno sobre el que operan y el alcance geográfico de su actividad.

Aunque no se debe perder de vista que la estructura empresarial en Latinoamérica se caracteriza por una gran cantidad de micro, pequeñas y medianas empresas. Cuya característica envuelve a los países de la región (Rios, 2008).

Entonces, el impacto de este conjunto de prácticas debe ampliarse, incentivando la participación de las pequeñas y medianas empresas, (PYMES), las cuales cumplen un rol clave como generadoras de riqueza y empleo; dado que tienen una tendencia creciente de importancia en el empleo y la provisión de bienes para satisfacer demanda interna o bien para vincularse en cadenas de exportaciones.

De esta manera, la RSE ha comenzado a visualizarse como un elemento clave de la gestión empresarial que afecta directamente en los resultados del negocio y por ende, la competitividad de las empresas, sean éstas grandes, medianas o pequeñas.

Es por tal motivo que el desarrollo de iniciativas que permitan impulsar la RSE en este segmento empresarial toma relevancia, y en particular, los resultados y la sistematización de experiencias piloto se vuelve altamente valorada por los actores, tanto para integrar

nuevos conocimientos en este ámbito, así como también para constituir experiencias demostrativas y factibles de replicar a un conjunto mayor de empresas.

La RSE emerge así como una herramienta de primer orden que puede contribuir al desarrollo y sostenibilidad de las PYMES en el mediano y largo plazo.

Por lo cual, se aprecia como relevante el generar políticas e iniciativas que contribuyan a elevar la competitividad empresarial de este sector, en aras del desarrollo social y económico de los países de la región.

La realidad de Bolivia en el ámbito de la aplicación de la RSE no es distinta a la situación que se enfrenta en otros países de América Latina, es decir:

- a. Las iniciativas más desarrolladas se observan en grandes empresas.
- b. Los principales impulsores de dichas iniciativas han sido organismos internacionales.
- c. Las empresas de menor tamaño han tenido un rol más rezagado en la incorporación de dichas prácticas.

En lo que respecta a Bolivia existe creciente interés y preocupación por la RSE a nivel de empresas y de Gobierno. En éste ámbito, las empresas comienzan a comprometerse con este tema, ya sea impulsados por una demanda social que exige un mayor compromiso con la sustentabilidad o bien porque en términos de mercado genera incentivos para incrementos de competitividad.

Aún el número de empresas que aplican acciones de RSE es reducido; fundamentalmente son grandes empresas, y en algunos casos PYMES, las que han desarrollado acciones en estas materias.

A nivel de políticas de estado se aprecia un interés creciente por parte de la autoridad de impulsar iniciativas en este ámbito, ya sea a través del desarrollo de incentivos, apoyo a programas o promoción temática.

Pero aún hay que considerar que la aplicación de RSE requiere de un alto nivel de cualificación por parte de las empresas y sus respectivos ejecutivos, y por tanto la participación en capacitación y seminarios mismos que deberán ser emprendidos en forma conjunta entre estado – empresas, el desarrollo de dichas iniciativas proporcionará un fuerte liderazgo, que involucrará a otras empresas a emular dichos procesos. Esto se

observa en la actualidad, donde a medida que las empresas valoran cada vez más el liderazgo en el mundo de los negocios, se acrecienta también el interés por una correcta aplicación de RSE.

Por otra parte, es fundamental promover la formulación de normas y políticas en RSE que incentiven las prácticas efectivas, políticas que podrían empezar a formularse desde gobiernos locales para luego avanzar a lo nacional.

Se aprecia que la visión de la RSE por parte de las empresas en cuanto a su aporte a la gestión, productividad y competitividad, está subvalorada. Situación que se traduce además en que las empresas no necesariamente definen un presupuesto o explicitan la necesidad de contar con recurso humano altamente calificado para desarrollar dichas temáticas.

El alcance de la RSE está todavía circunscrito al ámbito de la empresa, confundiéndose en algunos casos con filantropía y sin considerar el impacto a gran escala que puede tener sobre las condiciones en el empleo y su calidad en el mediano y largo plazo.

Lo anterior también implica el hecho de que la mirada sobre la RSE en un primer momento fuese más bien de ayuda social para ir evolucionando hacia una mirada más orientada a las necesidades de la comunidad, a las necesidades internas de las empresas y de su entorno. Los puentes entre las empresas y las organizaciones de la sociedad civil son todavía débiles y difusos en este campo, lo que constituye una debilidad del proceso de implementación de la RSE en el país, e impide lograr mayores impactos.

En general se aprecia que las PYMES están en un proceso de consolidación hacia modos de organización más ajustadas a las necesidades de los mercados, que a una legitimización en la producción de bienes con RSE. Sin embargo, este proceso difiere entre organizaciones, así como también según el tipo de empresas que representan: Micro, Pequeñas y Medianas, o bien la Gran empresa.

5.6 SOLUCION PRÁCTICA DE LA PROPUESTA

El desarrollo del presente numeral responde al objetivo general 1.5.2.3 de la página número 13 de la investigación.

Por la importancia del tema es imperioso encarar la aplicación de la RSE. en las PYMES,

estos esfuerzos deben estar conjugados por el estado y las empresas, siendo el primero quien debe tomar la iniciativa ante la necesidad de difusión y promoción del tema, buscando delinear trazos sobre el accionar del Estado en este campo, basado en el compromiso, reflexión diálogo y con los diferentes actores.

Según la investigación realizada por Banco Santander Hispano (Mercantil Santa Cruz), en busca de argumentar las causas por las cuales no existe una aplicación considerable en el ámbito de la RSE, toma dos criterios fundamentales como son el talento Empresarial y el Nivel de Instrucción valorándolo cualitativamente a través de su estudio, como apreciamos en el cuadro siguiente:

Tabla N° 37: Valoración para dos criterios

Criterio	Micro empresa	Pequeña empresa	Mediana empresa
Talento empresarial	Débil	Medio / fuerte	Medio / fuerte
Nivel de instrucción	Hasta primaria	Más de primaria	Universitaria / profesional

FUENTE: Santander Central Hispano

Como se aprecia el cuadro, los criterios evaluados nos brindan un panorama más claro sobre la realidad de las PyMEs, y en cierta forma podemos mencionar que algunos de los factores por el cual no se aplica la RSE a cabalidad es por la limitación tanto del talento como el nivel de instrucción, hecho que nos lleva a determinar cómo imperiosa la participación del Estado en la temática.

El gobierno ante la problemática con que se enfrentan las PYMES los primeros años de vida:

1. Dificultad de acceso a créditos blandos
2. Falta de Asesoramiento Jurídico - Económico
3. Desconocimiento de estándares de calidad de los productos
4. Deficiente Capacitación en los procesos de producción
5. Dificultad en la apertura de mercados

y que requieren de soluciones no habituales en el mercado, adaptadas a sus necesidades y características, podrían ser utilizadas por el Estado con la finalidad de hacer que las PYMES, puedan implementar la RSE en sus procesos productivos.

Otro mecanismo que podría ser utilizado por el gobierno como estímulo sería la de descontar impuestos ante aplicaciones de la RSE, por parte de las PYMES, o bien a través de las ferias a la inversa, para aquellas empresas que participan como proveedoras de productos, se les pueda exigir acciones de RSE.

Para la presente propuesta será el Estado quien deberá encararla de acuerdo a los objetivos propuestos.

5.7 OBJETIVOS

5.7.1 General

- Impulsar la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial en la gestión de las PYMES del distrito N° 6 de la Ciudad de El Alto, a través de la participación del Estado.

5.7.2 Específicos

- Realizar un diagnóstico piloto en RSE en las PYMES del distrito N° 6 de la ciudad de El Alto.
- Elaborar Guía para la realización de Diagnósticos de RSE
- Formar consultores en conceptos, contenidos y metodologías para la implementación de la RSE para PYMES.
- Desarrollar cursos, seminarios y otros, **dirigidos** a los Stakeholders, en los que se especifica la metodología, los procedimientos y los protocolos para la implantación de la RSE.
- Distribuir folletos divulgativos sobre los beneficios y recursos para introducir la RSE en las PYMEs, y sobre compras sostenibles.

6.8 EJECUCIÓN DEL PROYECTO

El presente proyecto será ejecutado en tres fases, luego de las cuales se evaluarán los resultados que se pretenden lograr.

Fase I: Diagnóstico Piloto de RSE en las PYMES.

Al inicio de esta etapa se realizarán talleres de sensibilización a varias empresas, con la finalidad de que los participantes comprometan el alcance de la RSE y así puedan evaluar su interés de participar en el proyecto.

Para lograr esto, se debe llevar a cabo 6 talleres de Sensibilización, con la participación de todas las PyMES del distrito N° 6 de la ciudad de El Alto con el auspicio del Estado.

Diagnóstico Primario

- Hacer un levantamiento de la situación actual de la organización respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, desplegando preguntas en sus tres dimensiones: Económica, Social y Ambiental.
- Identificar el estado general de la empresa, que condiciona la implementación de un modelo de gestión en RSE.

En este sentido, el diagnóstico detectará puntos débiles que pudieran comprometer la implementación de la RSE. Esto, desde la perspectiva de que para que una iniciativa de este tipo tenga éxito, es necesario contar con una base mínima de control de gestión.

El Diagnóstico Primario plantea al gerente general o propietario de la empresa, preguntas que cubren cuatro niveles en el funcionamiento básico de una organización:

- Nivel de ética: Contempla preguntas relacionadas con la declaración de valores de la empresa, su código de ética y cómo estos elementos se hacen presentes en las operaciones cotidianas.
- Nivel de estrategia: Contempla preguntas relacionadas con los grandes lineamientos estratégicos de la empresa, misión, visión y objetivos estratégicos.
- Nivel de estructura: Contempla preguntas orientadas a descubrir el grado de formalidad que existe, tanto en la definición de los cargos y la asignación de funciones que se les hacen, así como también canales de comunicación internos.
- Nivel de gestión: Contempla preguntas para analizar la forma en que, actualmente, se hace un seguimiento a los indicadores asociados a los objetivos estratégicos y operacionales.

Una vez concluido el diagnóstico primario, nos permitirá la realización de una síntesis de resultados obtenidos que nos permita caracterizar, en forma preliminar, a las PYMES respecto de su situación frente a la Responsabilidad Social Empresarial.

Este análisis también persigue establecer relaciones entre las características de las PYMES y el grado de incorporación de la RSE en su gestión, identificando las condiciones que favorecen o facilitan la adopción de prácticas socialmente responsables.

Fase II: Caracterización Preliminar de las PYMES en RSE

Producto del diagnóstico primario, tendremos la información necesaria para determinar cuál es el grado en que las PYMES han incorporado los diferentes aspectos de la RSE en su gestión empresarial, qué iniciativas o programas existen en este sentido, cómo los ejecutan, qué impactos persiguen y si éstos responden a una estrategia que las PYMES hayan definido para su gestión presente y futura.

Al mismo tiempo y en función a determinadas características en cuanto al grado de aplicación de RSE, podremos formar grupos homogéneos que nos facilite la profundización de la temática en cuestión.

Fase III: Formación de consultores.

Para asegurar una óptima ejecución del proyecto, se realizará la selección de un grupo de consultores de acuerdo a un perfil predefinido como idóneo para realizar asesorías en la incorporación de RSE a la gestión de PYMES.

Una vez seleccionados, se realizará un taller de formación con el objeto de que los participantes adquirieran conocimientos e identifiquen buenas prácticas para una adecuada implementación de RSE al interior de las PYMES.

El taller durará 40 horas para abordar los principales elementos teórico - conceptuales asociados a la Responsabilidad Social Empresarial, su beneficio para las empresas, sus dimensiones, buenas prácticas asociadas, entre otros temas, de modo de nivelar y consensuar los conocimientos de los asistentes.

6.9 INDICADORES Y RESULTADOS ESPERADOS

Tabla N° 38: Indicadores

Ambiental	Económica	Social
<ul style="list-style-type: none"> • Elaboración de Políticas y programas ambientales. • Desarrollo de un Sistema de Gestión Ambiental • Gestión de la energía, la movilidad, el agua y vertidos, los residuos y las emisiones. • Contrataciones y compras con criterios ambientales y sociales. Cadena de proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Trabajadores y trabajadoras: Igualdad, conciliación laboral y participación en la empresa. • Salud laboral. • Clientela: fidelización, código de conducta y reclamaciones. • Sociedad: organizaciones no gubernamentales, cooperación al desarrollo y proveedores locales 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de proveedores: homologación y condiciones de pago. • Obligaciones legales y tributarias. • Buen gobierno y transparencia. • Planificación de las inversiones. • Distribución de los beneficios

Fuente: Elaboración propia

Tabla N° 39: Resultados esperados

Grupo de interés	Ambiental	Económica	Social
Clientes	Un uso responsable de los materiales que utiliza y que se respeten las normativas ambientales vigentes.	Un buen desempeño económico de la Empresa y que se respeten las normativas económicas vigentes.	Que las empresas generen empleo no discriminado y con buenas prácticas de seguridad y salud del consumidor. Esperan además que sean responsables en el cumplimiento de gestión de la calidad.
Proveedores	Que se cumplan y se respeten las normativas ambientales vigentes.	Que las empresas tengan un desempeño económico favorable y que los pagos sean según plazos establecidos. También esperan que estén apegadas al cumplimiento de la normativa vigente.	Que emplee gente local, y que invierta y adquiera servicios locales. También esperan que las empresas no realicen prácticas corruptivas ni conductas anticompetitivas entre proveedores grandes y pequeños.
Empleados	Que se cumplan y se respeten las normativas ambientales vigentes.	Recibir ingresos de acuerdo al trabajo desempeñado y a su cargo, y ser valorados por sus superiores.	Que otorguen buenas condiciones de salud y seguridad ocupacional, como también capacitación constante, entrenamiento, educación, diversidad e igualdad de oportunidades, donde no exista discriminación ni trabajo forzado u obligatorio.
Accionistas	Que se cumplan y se respeten las normativas ambientales vigentes.	Que las empresas se desarrollen en el ámbito económico, asegurando que los ingresos potencien a toda la cadena de valor, estableciendo una importante presencia en el mercado.	Que se preocupen de la salud y seguridad ocupacional, evitando la discriminación, asegurando que las medidas administrativas contemplen estrategias y planes hacia la comunidad y que exista mejora de los empleados a través del entrenamiento y educación.

Comunidad	Que las empresas disminuyan la generación de desperdicios y aumente el reciclaje.	Un buen desempeño económico de la empresa y que se respeten las normativas económicas vigentes.	Que se otorguen beneficios económicos indirectos y que cumplan las normas de la sociedad. Esperan mayor apoyo para mejorar la infraestructura, la educación y la salud considerando a las empresas como un aliado importante inmerso en el desarrollo de la comunidad.
Consumidor	Que la materia prima e insumos cumplan con las normas de calidad e higiene.	Valoran que las empresas contemplen las especificaciones técnicas de acuerdo a cumplimiento de normativas vigentes y que, por otro lado, realicen un marketing ético.	Que las empresas cuenten con buenas prácticas de seguridad y salud del consumidor. Aprecian que el producto sea elaborado localmente.
Gobierno	Que se cumplan y se respeten las normativas ambientales vigentes.	Que las empresas cumplan con las disposiciones legales y normativas vigentes en materia impositiva y que cumplan con lo legislado.	Que se cumpla con la normativa social vigente

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ "Bolivia", & C, S. y. (2010). Una visión para invertir, páginas de negocios. *Businesses, 4ta in Bolivia*, 25-30.
- ✓ "Bolivia", S. y. (2010). Una visión para invertir, páginas de negocios. *Businesses, 4ta in Bolivia*, 25-30.
- ✓ Andersen, A. (1999). *Diccionario de Economía y Negocios*. Barcelona: Espasa.
- ✓ Banco Santander Central Hispano. (2007). La Realidad de las PYMES en Bolivia. *La Realidad de las PYMES en Bolivia*, 1-9.
- ✓ Briones Guillermo. (1995). *Métodos y Técnicas de Investigación para las Ciencias Sociales*. México: Trillas.
- ✓ Busines for Social Responsibility. (25 de 3 de 2006). *Homopage*. Recuperado el 27 de 01 de 2012, de Homopage: <<http://www.accionrse.cl/app01/>>
- ✓ Cajiga, J. (2011). *"El concepto de la Responsabilidad Empresarial"*. Madrid: PUV.
- ✓ Carroll, A. (1989). Ethics and Stakeholder Management. (P. 15-20, Ed.) *Busines & Society*, 15-20.
- ✓ Castro, D. d. (1982). *La contribución de la empresa a los objetivos de la comunidad. En: Temas actuales de Gestión de Empresas*. Sevilla: C.U.R.
- ✓ Cordova, L. A. (2007). *"El corazón de las empresas. Responsabilidad Social Corporativa y conciliación de la vida profesional y personal"*. Madrid: ESIC.
- ✓ De Carlos, C. (1983). Las Responsabilidades Sociales de las Empresas e Instituciones. (P. 14, Ed.) *Publicaciones UCV*.
- ✓ Dykinson, S. L. (2006). *Fundamentos de la Responsabilidad Social Empresarial y su aplicación ambiental*. Madrid: Espasa.
- ✓ Fernández de Pinedo, I. (1982). Construcción de una escala de actitudes tipo Likert. *Revista de Ciencias Políticas y sociales del Centro de Investigación y Asistencia Técnica de Barcelona*, 4.
- ✓ Fred, a. M. (2010). *Empresas ganadoras y empresas perdedoras: Los 4 secretos del éxito empresarial sostenible y por qué algunas compañías fracasan*. Madrid: Espasa.

- ✓ Freddman, R. (1984). *A Stakeholder Approach*, . (S. management:, Ed.) Boston, EE.UU.
- ✓ Gonzales, E. (2001). La Responsabilidad Moral de la Empresa: una revisión de la teoría de los stakeholder desde la ética discursiva. (P. 25-26, Ed.) *Universitat Jaume I de Castellón*.
- ✓ Gordon, P. (1993). Robert Owen. (UNESCO, Ed.) *Revista Trimestral de Educación Comparada*, vol. XXIV N° 1-2, 279-297.
- ✓ Harrison, J., & Freedman, R. (1999). Stakeholder, Social Responsibility, an performance: Empirical evidence and Theoretical Perspectives,. (P. 5, Ed.) *The Academy Management Journal*., N° 5.
- ✓ Harrison, J., & R.E., F. (1999). *Stakelholder, Social Responsibility en performance* (Vol. 42). (T. A. Journal, Ed.) California, EE.UU.: 7.
- ✓ Hernández, R., Fernández C., C., & Baptista L., P. (1998). *Metodología de la investigación* (Primera ed., Vol. I). (M. Graw-Hill, Ed.) México: Pag. 184.
- ✓ Hernández, S., Fernández C., C., & Pilar., B. (1998). *Metodología de la investigación* (Vol. I). (M. Graw-Hill, Ed.) Máxico: Pág. 66.
- ✓ Isacovich, M. (1974). *Introducción a la Economía Política*. Buenos Aires: Cartago.
- ✓ Landreth, H., & Colander, D. (2002). *Historia del Pensamiento Económico*. Madrid: Fernández Ciudad, S.L.
- ✓ Latinoamérica, S. P. (2008). *Estructura empresarial en Latinoamérica*. Uruguay: Alborta.
- ✓ Martinez, H. H. (2005). *"El Marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial"*. Valencia: Pontificia Unoversidad Javeriana.
- ✓ Microempresas, V. M. (25 de Noviembre de 2012). Pequeñas y Medianas Empresas de Bolivia. *Periódico Digital La Razón*, págs. 3-4.
- ✓ Münch, L., & Ángeles, E. (2007). *Métodos y Técnicas de Investigación* (Tercera ed., Vol. I). (Progreso, Ed.) D.F. México, México: Pág. 16.
- ✓ Munch, L., & Angeles, E. (2007). *Métoos y Técnicas de Investigación*. México: Trillas.
- ✓ Murray, K., & Montanari, J. (1986). *Conceptualización de las Actividades Socialmente Responsables*. México: Trillas.

- ✓ NACIONES UNIDAS. (18 de Agosto de 2016).
www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/. Obtenido de
www.pactomundial.org/category/aprendizaje/10-principios/:
<http://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>
- ✓ Navarro, G. f. (2007). *"Responsabilidad Social Empresarial. Teoría y Practica"*. Madrid: ESIC.
- ✓ Nicaragua, D. C. (2004). *Guía Ética Empresarial*.
- ✓ Pardinas, F. (2002). *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales* (Tercera ed., Vol. I). (S. XXI, Ed.) D.F. México, México: Pág. 35.
- ✓ Peinado-Vara, V. &. (2011). *La responsabilidad Social de la Empresarial en América Latina*. New York : Banco Interamericano de Desarrollo.
- ✓ Perdiguero, T., & Garcia, R. (2005). *"Responsabilidad Social Empresarial y los nuevos desafíos de la gestión empresarial"*. Valencia: PUV.
- ✓ Porter Michael F. (2010). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desarrollo superior*. Madrid: Pirámide.
- ✓ Rainch, S. (2009). *Más Allá. "Empresa y sociedad en un mundo en transformación"*. Barcelona: Profit.
- ✓ Real Academia Española. (21-2015 de Octubre de 2014). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de <http://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola>:
<http://www.rae.es/obras-academicas/diccionarios/diccionario-de-la-lengua-espanola>
- ✓ Rios, M. D. (2008). *Estructura empresarial en Latinoamérica*. Uruguay: Ser.

ANEXOS

ANEXO N° 1: Análisis FODA de las PyMES

FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad M.O • Fuentes de financiamiento disponibles • Mercados internos y externos crecientes • Versatilidad en la oferta • Vocación empresarial • Apoyo institucional público y privado • Talentos disponibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Marco legal y normativo poco adecuado • Débil estructura institucional pública y privada • Baja productividad competitiva • Infraestructura precaria • Obsolescencia tecnológica • Escasa información técnica • Insuficiente calificación de mano de obra • Deseconomías internas • Baja disponibilidad de insumos 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a mercados potenciales • Acceso a mercados sofisticados • Formación de asociaciones productivas • Economías de aglomeración • Economías de escala • Desarrollo de industrias de apoyo y distritos industriales • Infraestructura industrial • Aplicación de políticas industriales sectoriales • Economías externas • franquicias 	<ul style="list-style-type: none"> • shock y crisis económica • Ausencia de políticas industriales • Innovación tecnológica • Débil inserción al mercado interno y externo • Falta de sostenibilidad a largo plazo • Externalidades ambientales negativas • Políticas sectoriales a corto plazo • Financiamiento a largo plazo • Deficiencias y limitaciones infraestructura básica

FUENTE: Elaboración propia

ANEXO N° 2: Cuestionario

LA INFORMACION RECAADA EN EL PRESENTE CUESTIONARIO TIENE CARÁCTER CONFIDENCIAL Y SU PROPÓSITO ES ESTRICTAMENTE ACADÉMICO. GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Marque sus respuestas con una X.

*** Cargo que desempeña dentro de la empresa:**

Directivo. Administrativo. Operario. Otro.

*** Sexo:** Masculino. Femenino.

1.- ¿Posee conocimiento sobre la temática de la RSE?

Sí. No. En parte. No sé.

2.- ¿Observa usted prácticas de RSE en su empresa?

Si. No. En Parte. No Se.

3.- ¿Considera usted que la empresa informa satisfactoriamente sobre las prácticas de RSE?

Sí. No. En parte. No sé.

4.- ¿Encuentra usted relevante implantar una política de RSE en su empresa?

Sí. No. En parte. No sé.

5.- ¿Aporta la empresa al bienestar de su comunidad?

Sí. No. En parte. No sé.

6.- ¿Considera usted interesante charlas informativas sobre la RSE?

Sí. No. En parte. No sé.

7.- ¿Cree usted que la empresa considera la opinión de los trabajadores en materia de toma de decisiones?

Sí. No. En parte. No sé.

8.- ¿Observa usted preocupaciones por parte de la empresa en materia de capacitación?

Sí. No. En parte. No sé.

9.- ¿Se preocupa su empresa por actividades de integración (convivencias, cumpleaños, actividades de relación etc.) que mejoren el clima organizacional?

- Sí. No. En parte. No sé.

10.- ¿Relaciones laborales y participación de los trabajadores en la toma de decisiones y gestión de la empresa?

- Sí. No. En parte. No sé.

11.- ¿Valores y ética en la empresa?

- Sí. No. En parte. No sé.

12.- ¿Toma la empresa medidas adecuadas que proporcionen suficiente protección a sus empleados?

- Sí. No. En parte. No sé.

13.- ¿La empresa alienta a trabajadores para que desarrollen sus habilidades y formen una carrera en el tiempo con posibilidades de promoción?

- Sí. No. En parte. No sé.

14.- ¿La empresa cumple con las obligaciones legales que aseguran buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad?

- Sí. No. En parte. No sé.

15.- ¿Observa usted que se realicen investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción e identificar áreas que requieren atención en la empresa?

- Sí. No. En parte. No sé.

16.- ¿Conoce la visión y misión de la empresa?

- Sí. No. En parte. No sé.

17.- ¿Conoce las normas de conducta de la empresa?

- Sí. No. En parte. No sé.

18.- ¿Considera usted que las normas de conducta de la empresa se encuentran correctamente aplicadas?

- Sí. No. En parte. No sé.

19.- ¿La empresa hace partícipe a los trabajadores los valores de la empresa?

- Sí. No. En parte. No sé.

20.- ¿La empresa promueve un vocabulario de respeto, amistad y compañerismo entre los diferentes actores interna y externamente?

- Sí. No. En parte. No sé.

21.- ¿Toma la empresa medidas adecuadas que proporcionen suficiente protección a sus empleados?

- Sí. No. En parte. No sé.

22.- ¿Observa usted que la empresa brinda oportunidades laborales a grupos socialmente vulnerables tales como personas con discapacidades diferentes, jóvenes de escasos recursos o personas sin experiencia laboral?

- Sí. No. En parte. No sé.

23.- ¿Considera usted que la empresa confía en la capacidad y desempeño del trabajador?

- Sí. No. En parte. No sé.

24.- ¿La empresa respeta tanto la privacidad, como el tiempo y espacio que tienen los trabajadores dentro de la institución?

- Sí. No. En parte. No sé.

25.- ¿Encuentra usted que la empresa actúa con transparencia en el entorno en que se desenvuelve?

- Sí. No. En parte. No sé.

26.- ¿Considera usted que una práctica adecuada de responsabilidad social influye positivamente en la productividad de la empresa?

- Sí. No. En parte. No sé.

27.- ¿Considera la empresa información sobre sus estados financieros?

- Sí. No. En parte. No sé.

28.- ¿Considera usted que un buen clima laboral beneficia la productividad empresarial?

- Sí. No. En parte. No sé.

29.- ¿Cree usted que trabajar bajo una política de responsabilidad social proporciona perdurabilidad de la empresa en el tiempo?

- Sí. No. En parte. No sé.

30.- ¿La empresa promueve actividades de capacitación enfocadas al desempeño de tareas dentro de la empresa?

- Sí. No. En parte. No sé.

31.- ¿La empresa demuestra interés por los reclamos y/o sugerencias de trabajadores?

- Sí. No. En parte. No sé.

32.- ¿Existe un clima de la empresa donde se pueden tocar temas financieros en caso de necesidades del puesto?

- Sí. No. En parte. No sé.

Gracias por su colaboración.

ANEXO N° 3: Imágenes sobre el tema de investigación





Observatorio sobre el Trabajo Infantil

Nadie vigila...
el trabajo infantil





MEDIDAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



Fuente: Nueva Economía

IMÁGENES DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA: MYPES



ANEXO N° 4: Tabla de vaciado de datos

TABLA DE VACIADO DE DATOS						
N°	PREGUNTAS	SI	NO	NO SE	EN PARTE	TOTAL
<u>I.- Grado de Conocimiento y aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)</u>						
1	¿Posee conocimiento sobre la temática de la RSE?	17	53	20	38	128
2	¿Observa Ud. prácticas de la RSE en su empresa?	20	60	15	33	128
3	¿Considera Ud. que la empresa informa satisfactoriamente sobre las prácticas de RSE?	30	50	40	8	128
4	¿Encuentra Ud. relevante implantar una política de RSE en su empresa?	20	60	40	8	128
5	¿Aporta la empresa al bienestar de su comunidad?	5	75	38	10	128
6	¿Considera Ud. interesante charlas informativas sobre la implementación de prácticas socialmente responsables?	90	2	20	16	128
<u>II.- Relaciones laborales y participación de los trabajadores en la toma de decisiones y gestión de la empresa.</u>						
7	¿Cree Ud. que la empresa considera la opinión de los trabajadores, en materia de toma de decisiones?	33	38	3	54	128
8	¿Observa Ud. preocupación por parte de la empresa en materia de capacitaciones?	20	90	7	11	128
9	¿Se preocupa su empresa por actividades de integración (convivencias, cumpleaños, actividades de relajación, entre otras), que mejoren el clima laboral?	30	82	3	13	128
10	¿Toma la empresa medidas adecuadas que proporcionen suficiente protección a sus empleados?	25	87	7	9	128
11	¿La empresa alienta a trabajadores para que desarrollen libremente sus habilidades y formen una carrera perdurable en el tiempo con posibilidades de promoción?	20	85	15	8	128
12	¿Cumple con las obligaciones legales que aseguran buenas condiciones de trabajo, salud y seguridad?	40	28	20	40	128

13	¿Observa Ud. que se realicen investigaciones de clima organizacional para medir el nivel de satisfacción e identificar áreas que requieren atención en la empresa?	2	82	25	19	128
<u>III.- Valores y ética en la empresa.</u>						
14	¿Conoce la misión y visión de la empresa?	92	12	0	24	128
15	¿Conoce las normas de conducta y valores de la empresa?	120	5	0	3	128
16	¿Considera Ud. que las normas de conducta de la empresa se encuentran correctamente aplicadas?	46	24	15	43	128
17	¿La empresa hace partícipes a los trabajadores de los valores de la institución?	53	22	18	35	128
18	¿La empresa promueve un vocabulario de respeto, amistad y compañerismo entre los diferentes actores dentro de la organización?	60	10	25	33	128
19	¿Observa Ud. que la empresa brinda oportunidades laborales a grupos socialmente vulnerables tales como personas discapacitadas, jóvenes de escasos recursos, o personas sin experiencia laboral?	9	85	17	17	128
20	¿Considera Ud. que la empresa confía en la capacidad y desempeño del trabajador?	59	15	10	44	128
21	¿La empresa respeta tanto la privacidad, como el tiempo y espacio que tienen los trabajadores dentro de la institución?	25	55	15	33	128
22	¿Encuentra Ud. que la empresa actúa con transparencia en el entorno en que se desenvuelve?	6	87	6	29	128
<u>IV.- Productividad de la Empresa.</u>						
23	¿Considera Ud. que una práctica adecuada de responsabilidad social influye positivamente en la productividad de la empresa?	1	3	114	10	128
24	¿Considera Ud. que una práctica adecuada de responsabilidad social influye positivamente en la productividad de la empresa?	15	2	82	29	128
25	¿Comparte la empresa información sobre sus estados financieros?	2	95	9	22	128

26	¿Considera Ud. que un buen clima laboral beneficia la productividad empresarial?	35	0	70	23	128
27	¿Cree Ud. que trabajar bajo una política de responsabilidad social proporciona perdurabilidad de la empresa en el tiempo?	5	10	85	28	128
28	¿Promueve actividades de capacitación enfocadas al desempeño de tareas específicas dentro de la empresa?	30	65	5	28	128
29	¿Demuestra interés la empresa por reclamos y/o sugerencias de trabajadores?	20	89	9	10	128
30	¿Existe un clima dentro de la empresa, donde se puedan tocar temas financieros en caso de necesidades del puesto?	15	85	23	5	128

ANEXO N° 5: Vaciado de datos para el cálculo del Coeficiente del Alfa de Cronbach

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	119
3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	116
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	116
5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	115
6	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	113
7	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	112
8	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	112
9	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	112
10	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	111
11	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	111
12	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	111
13	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	111
14	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	111
15	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	111
16	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	4	3	109	
17	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	4	2	4	4	3	109	
18	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	4	3	107	
19	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	4	3	107	

20	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	4	3	107
21	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	3	3	102
22	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	3	3	102
23	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	3	3	102
24	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	3	3	102
25	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	4	3	3	102
26	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	100
27	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	100
28	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	100
29	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	100
30	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	100
31	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	97
32	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	97
33	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	97
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	96
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	3	3	96
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	94
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	94
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	94
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	94
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	94

41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	93
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	93
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	93
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	93
45	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	93
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	93
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	92
48	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	92
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	92
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	92
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	92
52	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	92
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	92
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	91
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	91
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	91
57	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	91
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	91
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	91
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	91
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	90

62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	90
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	90
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	90
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	89
66	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	89
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	89
68	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	89
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	88
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	88
71	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	85	
72	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	84
73	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	84
74	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	84
75	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	83
76	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	82
77	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	81
78	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	81
79	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	81
80	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	81
81	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	76
82	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	76

83	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	76
84	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	76
85	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	4	4	2	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	74
86	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	4	4	1	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	73
87	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	4	4	1	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	73
88	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	2	2	4	4	1	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	73
89	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	1	2	4	4	1	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	72
90	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	1	2	4	4	1	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	72
91	1	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	1	2	4	4	1	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	71
92	1	2	2	2	2	3	1	3	3	3	3	1	2	4	4	1	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	71
93	1	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	69
94	1	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	2	3	1	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	67
95	1	2	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	66
96	1	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	1	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	3	3	62
97	1	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	1	2	1	1	2	2	3	3	2	2	2	3	3	62
98	1	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	1	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	3	3	61
99	1	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	1	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	3	3	61
100	1	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	3	3	59
101	1	1	2	1	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	3	2	55
102	1	1	2	1	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	3	2	55
103	1	1	2	1	2	2	1	3	3	3	3	1	2	3	4	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	3	2	55

125	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	33
126	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
127	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
128	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
	1,1	1,1	0,8	1	0,5	0,5	1,6	0,5	0,7	0,5	0,5	1,5	0,6	1,4	0,2	1,6	1,6	1,6	0,4	1,9	1,2	0,8	0,1	0,6	0,4	1,1	0,4	1,1	0,5	0,4			574,3		

ANEXO N° 6: Clasificación de empresas y empresas participantes

Para la clasificación de las empresas (micro, pequeña, mediana y grande) se utilizó el criterio de la Cámara Nacional de Industria y Comercio, que se realiza en base al número de trabajadores que se detalla a continuación:

TIPO DE EMPRESA	N° DE TRABAJADORES	OBSERVACIONES
Microempresas	1 a 4	
Pequeña	5 a 20	
Mediana	21 a 50	
Grande	51 adelante	

Fuente: Cámara Nacional de Industria y Comercio

EMPRESAS PARTICIPANTES

N	EMPRESA	N° TRAB.	SECTOR	TIPO	ENCUESTADO
1	xxxxxxxx	20	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Pequeña	3
2	xxxxxxxx	20	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Pequeña	3
3	xxxxxxxx	20	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	Pequeña	3
4	xxxxxxxx	20	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Pequeña	3
5	xxxxxxxx	16	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Pequeña	3
6	xxxxxxxx	20	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Pequeña	3
7	xxxxxxxx	17	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES, RÉPLICAS DE TEJIDOS ANCESTRALES	Pequeña	3
8	xxxxxxxx	18	FABRICACION DE PRODUCTOS TEXTILES	Pequeña	3

9	xxxxxxx	28	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	3
10	xxxxxxx	28	FABRICACION DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	3
11	xxxxxxx	31	CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO, ARTÍCULOS DE TALABARTERIA Y GUARDICIONERÍA Y CALZADOS	Mediana	3
12	xxxxxxx	32	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	4
13	xxxxxxx	32	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	4
14	xxxxxxx	33	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	4
15	xxxxxxx	33	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	4
16	xxxxxxx	34	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	4
17	xxxxxxx	35	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	4
18	xxxxxxx	35	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	4
19	xxxxxxx	35	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	4
20	xxxxxxx	36	FABRICACIÓN DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	4
21	xxxxxxx	36	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR, ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	4

22	xxxxxxx	44	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	4
23	xxxxxxx	50	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR,ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	5
24	xxxxxxx	40	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR,ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	5
25	xxxxxxx	40	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR,ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	5
26	xxxxxxx	40	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES, RÉPLICAS DE TEJIDOS ANCESTRALES	Mediana	5
27	xxxxxxx	40	FABRICACION DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	5
28	xxxxxxx	40	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS	Mediana	5
29	xxxxxxx	40	FABRICACION DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	5
30	xxxxxxx	50	CURTIDO Y ADOBO DE CUEROS; FABRICACIÓN DE MALETAS, BOLSOS DE MANO, ARTÍCULOS DE TALABARTERIA Y GUARDICIONERÍA Y CALZADOS	Mediana	5
31	xxxxxxx	47	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR,ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	5
32	xxxxxxx	48	FABRICACION DE PRENDAS DE VESTIR,ADOBO Y TEÑIDO DE PIELES	Mediana	5
33	xxxxxxx	46	FABRICACIÓN DE PRODUCTOS TEXTILES	Mediana	5

ANEXO N° 7: Indicadores GRI (Iniciativa de Reporte Global) de RSE.

Indicadores del desempeño ambiental

ASPECTO	INDICADOR
MATERIALES	Materiales utilizados, por peso o volumen.
	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.
ENERGÍA	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.
	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.
	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.
	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.
	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.
AGUA	Captación total de agua por fuentes.
	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.
	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.
BIODIVERSIDAD	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.
	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.
	Hábitats protegidos o restaurados.
	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.
	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.
	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.
	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.

	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.
	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.
	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.
	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.
	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.
	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.
	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.
PRODUCTOS Y SERVICIOS	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.
	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.
CUMPLIMIENTO NORMATIVO	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.
TRANSPORTE	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.
GENERAL	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.

Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo

EMPLEO	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.
	Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.
	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad
	Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.
RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.
	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.
	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.
	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.
	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.
FORMACIÓN Y EDUCACIÓN	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por sexo y por categoría de empleado.
	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.
	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.
DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por categoría de empleado, sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.
IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.

Indicadores del desempeño de Derechos Humanos

PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO	Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.
	Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.
	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.
NO DISCRIMINACIÓN	Número total de incidentes de discriminación y medidas correctivas adoptadas.

LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS	Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.
EXPLOTACIÓN INFANTIL	Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.
TRABAJOS FORZADOS	Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.
PRÁCTICAS DE SEGURIDAD	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.
DERECHOS DE LOS INDÍGENAS	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.
EVALUACIÓN	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.
MEDIDAS CORRECTIVAS	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.

Indicadores del desempeño de Sociedad

COMUNIDADES LOCALES	Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.
	Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.
	Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.
CORRUPCIÓN	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.
	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.
	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.
POLÍTICA PÚBLICA	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”
	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.
COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.

CUMPLIMIENTO NORMATIVO	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.
------------------------	--

Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos

SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.
	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.
	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.
COMUNICACIONES DE MARKETING	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.
	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.
PRIVACIDAD DEL CLIENTE	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.
CUMPLIMIENTO NORMATIVO	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.

ANEXO N° 8: Norma ISO 26000

Está diseñada para ser utilizada por organizaciones de todo tipo, tanto en los sectores público como privado. Su origen nace de la demanda latente por parte de clientes, socios, consumidores, asociaciones y otros grupos de interés de conocer la implicación de las actividades empresariales en la sociedad y medio ambiente.

El proceso de implementación de esta norma no es complicado, ni supone una gran inversión para la Organización.

Principales Indicadores

- Transparencia
- Comportamiento Ético
- Respeto a los intereses de los Grupos de Interés
- Cumplimiento de la legislación vigente
- Respeto a los Derechos Humanos
- Cumplimiento de las normas internacionales de comportamiento

Medioambiente

- ISO 14001
- Identificación de impactos ambientales
- Reducción y aprovechamiento de residuos
- Reducción de consumos energéticos
- Formación al personal
- Operaciones más eficientes
- Recuperación de recursos naturales

Participación y desarrollo de la comunidad

- Promover la Cadena de suministro de PROXIMIDAD
- Impulsar acciones de VOLUNTARIADO entre los empleados y equipo directivo
- Protocolos de Igualdad e Inclusión
- Programas de desarrollo social
- Becas, premios, eventos.

Prácticas laborales

- Aplicación de OHSAS 18001
- Evaluación y reducción de los Riesgos Laborales
- Medición niveles de accidentabilidad
- Formación y sensibilización al personal
- Mejora de las medidas preventivas
- Protocolos de Seguridad y Emergencia
- Participación del personal

*Las acciones indicadas son sólo ejemplos, éstas deberán ser adaptadas a la realidad y necesidades de cada organización

ANEXO N° 9: Indicadores ETHOS

Son una herramienta de evaluación y seguimiento de la gestión de responsabilidad social empresarial, creadas por el Instituto ETHOS de las Naciones Unidas y con sede en Brasil para América Latina. Han sido diseñados para colaborar con las empresas en el desarrollo de sus políticas y en la planificación estratégica de sus acciones de responsabilidad social. Se trata de un instrumento de autoevaluación y aprendizaje exclusivamente para uso interno en la organización. Estos indicadores han sido elaborados en alianza con organizaciones latinoamericanas líderes en RSE, y con la asistencia técnica del Instituto Ethos; como un componente del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE)

1. **Etapa 1:** Representa una etapa básica de acciones de la empresa. Está todavía en el nivel reactivo a las exigencias legales hasta 25% de aplicación.
2. **Etapa 2:** Representa la etapa intermedia de acciones. La empresa mantiene una postura defensiva sobre los temas. Pero ya empieza a encaminar cambios y avances respecto a la conformidad de sus prácticas entre 25% hasta 50% de aplicación.
3. **Etapa 3:** Representa la etapa avanzada de acciones. Se reconocen los beneficios de llegar más allá de la conformidad para prepararse de antemano a las presiones reguladoras que resultan en cambios de expectativas para la empresa. La responsabilidad social y el desarrollo sustentable son considerados aspectos estratégicos entre 50% y 75% de aplicación.
4. **Etapa 4:** Representa la etapa proactiva. La empresa alcanza estándares considerados de excelencia en sus prácticas, involucrando a proveedores, consumidores, clientes, la comunidad y también influyendo en políticas públicas de interés para la sociedad, superiores al 75% al 100% de aplicación.