

**UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
FINANCIERAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**



TRABAJO DIRIGIDO

“Propuesta de Políticas y Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para Mejorar la Competitividad de las Pequeñas Empresas del Sector Confecciones Textiles Asociadas al Fermype de la Ciudad de El Alto”

Postulante: Ivan Junior Alejo Quisbert

Tutor Académico: Msc. René Sangüesa Figueroa

Tutor Institucional: Msc. Antonio Jordán Jimeno

**LA PAZ – BOLIVIA
2016**



Agradecimientos

A Dios por darnos el privilegio de vivir y disfrutar de su creación.

A mi querida Esposa Elizabet Calle de Alejo.

A toda mi Familia por brindarme su apoyo incondicional.

A mi Papá: Andres Alejo Medrano

A mi Mamá: Feliza Quisbert de Alejo

*A mis hermanos y hermanas: Jhonny Beimar Alejo Quisbert y Sonia
Claudia Huayhua de Alejo; Pamela Deysi Alejo Quisbert; Lucia Lizeth
Alejo de Apaza y Diego Apaza Choquehuanca.*

A mis sobrinos: Xheyla, Axel y Reichel.

*Al MSc. Antonio Pastor Jordán Jimeno y MSc. René Sangüesa
Figueroa por ser los guías y el ejemplo a seguir como profesional y como persona, no
solo en el presente trabajo, sino también en la vida cotidiana.*



Dedicado a...

A mi esposa Elizabet Calle de Alejo y a mi preciosa hija Jireh Anavi

Alejo Calle.

Gracias por su amor y comprensión, Gracias por estar en mi vida.

"Trán Junior"



Resumen

En el departamento de La Paz existe una amplia gama de instituciones del sector público y privado, desde las más grandes hasta las pequeñas que desconocen el alcance y significado de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), esto se constituye en un problema o falla ya que a presente y futuro los mismos tendrán que dar solución a los problemas que se manifiestan en su entorno.

Es por eso el objetivo de diseñar y proponer políticas y estrategias de RSE para mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector Confecciones Textiles asociadas a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto (FERMyPE).

El presente trabajo se realizó en la “Federación Regional de la Micro y Pequeña Empresa” (FERMyPE) de la ciudad de El Alto, integrada por aproximadamente 1200 micro y pequeñas empresas distribuidas en 9 áreas asociadas por distintos sectores, teniendo al sector Confecciones Textiles con un mayor número de asociaciones afiliadas a FERMyPE.

En este sentido, para la recolección de datos del presente trabajo de investigación, se acudió a las fuentes primarias (son los orígenes de toda la información del principal origen; por lo tanto esta información se obtiene a través de una investigación en relación directa con el sujeto de estudio), y secundarias (Son aquellas que se caracterizan por haber pasado por diferentes etapas de transformación y modificación de su estado original, de esta manera se denomina datos de segunda mano y que generalmente están impresos en documentos escritos).

Por lo tanto en la presente investigación podrá ver distintos datos, como el grado de conocimiento y aplicación de RSE en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles. Por lo tanto la propuesta va dirigida a los



**PROPUESTA DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
CONFECCIONES TEXTILES ASOCIADAS AL FERMyPE DE LA CIUDAD DE EL ALTO.**



pequeños empresarios del sector confecciones textiles asociadas al
FERMyPE de la ciudad de El Alto.



ÍNDICE

	Pagina
INTRODUCCIÓN	i
CAPÍTULO I	
ASPECTOS GENERALES	
1.1 Antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	1
1.1.1 Origen y Evolución de la RSE.	1
1.1.2 La RSE en América Latina	2
1.1.3 La RSE en Bolivia	4
1.1.4 Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) en Bolivia	6
1.2 Planteamiento del problema	10
1.3 Objetivos: General y específicos	13
1.3.1 Objetivo General	13
1.3.2 Objetivos Específicos	13
1.4 Resultados de la Investigación	14
1.5 Alcances de la Investigación	14
1.5.1 Temático	14
1.5.2 Temporal	14
1.5.3 Geográfico	15
1.5.4 Institucional	15
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
2.1. Marco Conceptual	16
2.1.1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	16
2.1.1.1. Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial	16
2.1.1.2. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial	19
2.1.1.3. Características de la RSE	20
2.1.1.4. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial	21
2.1.1.5. Grupos de Interés de la Responsabilidad Social Empresarial	22



2.1.1.6.	Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial	24
2.1.2.	Gestión de la RSE	25
2.1.3.	Políticas	26
2.1.4.	Estrategia	26
2.1.4.1.	Componentes de una estrategia	27
2.1.5.	Concepto de Competitividad	27
2.2.	Marco Referencial	28
2.2.1.	Federación Regional de la Micro y Pequeña Empresa de la ciudad de El Alto - (FERMyPE)	28
2.2.2.	Visión	28
2.2.3.	Misión	29
2.2.4.	Confecciones Textiles FERMyPE	29
2.3.	Marco legal	29
2.3.1.	Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia	30
2.3.2.	Ley del Medio Ambiente N° 1333	31
2.3.3.	Norma Boliviana ISO 26000	32

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INTERVENCIÓN

3.1.	Tipo de Intervención	35
3.2.	Universo y Población de Estudio	35
3.3.	Determinación del Tamaño y Diseño de la Muestra	37
3.3.1.	Sujetos de Investigación	38
3.4.	Selección de métodos y técnicas	38
3.5.	Instrumentos de Relevamiento de Información	39
3.5.1.	Información Primaria	39
3.5.2.	Información Secundaria	41

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1.	Información Sistematizada	42
------	---------------------------	----



4.2.	Resultados de la Encuesta	42
4.2.1.	Grado de conocimiento y aplicación de las pequeñas empresas en temas de RSE.	43
4.2.2.	Dimensión Económica	50
4.2.3.	Dimensión Social	52
4.2.4.	Dimensión Ambiental	55
4.3.	Resultados	60

CAPÍTULO V PROPUESTA

5.1.	Objetivo de la Propuesta	62
5.2.	Esquema de la propuesta	63
5.2.1.	Etapa I - Análisis de Datos	63
5.2.2.	Etapa II – Desarrollo	63
5.2.3.	Etapa III - Plan de Acción	64
5.3.	Desarrollo del Modelo de la Propuesta	64
5.3.1.	Etapa I - Análisis de datos	66
5.3.1.1.	Análisis de situación actual (F.O.D.A.)	66
5.3.1.2.	Priorización y Cruce de Variables	67
5.3.2.	Etapa II – Desarrollo	69
5.3.2.1.	Producción del sector Confecciones Textiles	69
5.3.2.1.1.	Confección	69
5.3.2.2.	Grupos de Interés de las Pequeñas Empresas del Sector Confecciones Textiles	69
5.3.2.3.	Desarrollo de la Cultura Empresarial	69
5.3.2.3.1.	Misión y Visión	70
5.3.2.3.2.	Valores y Principios Éticos	71
5.3.2.4.	Dimensiones de RSE en las Pequeñas Empresas del Sector Confecciones Textiles	71
5.3.3.	Etapa III – Plan de Acción	73



5.3.3.1.	Formulación de Políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial	74
5.3.3.1.1.	Trabajadores/Empleados: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo	74
5.3.3.2.	Clientes	77
5.3.3.2.1.	Desarrollo de proveedores	78
5.3.3.2.2.	Apoyo a la Comunidad	79
5.3.3.2.3.	Protección del Medioambiente	81
5.3.4.	Matriz de Planes de Acción	83
5.3.5.	Programa de Capacitación en Temas de Responsabilidad Social Empresarial para las pequeñas empresas asociadas al FERMyPE de la Ciudad de El Alto.	86

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1.	Conclusiones	90
6.2.	Recomendaciones	92

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA



ÍNDICE DE CUADROS

	Pagina
Cuadro N° 1: Tipos de Intervención.	35
Cuadro N° 2: Universo de Estudio - Asociaciones Afiliadas al sector Confecciones Textiles a FERMyPE	37
Cuadro N° 3: Sujetos de Investigación	38
Cuadro N° 4: Análisis de Fortalezas y Debilidades - F.O.D.A.	66
Cuadro N° 5: Análisis de Oportunidades y Amenazas - F.O.D.A.	67
Cuadro N° 6: Cruce de Variables - FODA.	68
Cuadro N° 7: Políticas y estrategias de RSE – Cultura Empresarial	70
Cuadro N° 8: Misión y Visión – Cultura Empresarial	70
Cuadro N° 9: Valores y Principios Éticos – Cultura Empresarial	71
Cuadro N° 10: Dimensiones de RSE	72
Cuadro N° 11: Políticas y estrategias de RSE – Trabajadores	74
Cuadro N° 12: Políticas y estrategias de RSE – Clientes	77
Cuadro N° 13: Políticas y estrategias de RSE – Proveedores	78
Cuadro N° 14: Políticas y estrategias de RSE – Comunidad	79
Cuadro N° 15: Políticas y estrategias de RSE – Medioambiente	81
Cuadro N° 16: Matriz para Planes de Acción de RSE para las Pequeñas Empresas del Sector Confecciones Textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto.	84
Cuadro N° 17: Curso de Capacitación en RSE	87



ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pagina
Gráfico N° 1. Número de Empresas por tipo de Certificación	5
Gráfico N° 2. Porcentaje de participación en el PIB departamental de La Paz	7
Gráfico N° 3. Cantidad de Mypes por departamento	8
Gráfico N° 4. Cantidad de Mypes por departamento en porcentaje	8
Gráfico N° 5. Composición de las Mypes en la ciudad de El Alto	9
Gráfico N° 6. Necesidades de Capacitación en Temas de RSE en las MyPES	11
Gráfico N° 7. Grupo de Interés (STAKEHOLDERS)	23
Gráfico N° 8: Asociaciones Afiliadas a FERMyPE	36
Gráfico N° 9. Norma Boliviana ISSO 26000	43
Gráfico N° 10. Responsabilidad Social Empresarial	45
Gráfico N° 11. Aplicación Responsabilidad Social Empresarial	46
Gráfico N° 12. Adaptación al cambio	50
Gráfico N° 13. Gestión de Recursos Humanos – Capacitaciones	51
Gráfico N° 14. Aspectos de salud y seguridad en el trabajo	52
Gráfico N° 15. RSE en las comunidades locales	53
Gráfico N° 16. Aspectos comerciales – RSE	54
Gráfico N° 17. Ley del Medio Ambiente N° 1333	55
Gráfico N° 18. Aplicación de la Ley de Medio Ambiente N° 1333	57
Gráfico N° 19. Gestión del impacto ambiental y recursos naturales	58
Gráfico N° 20. Disposición con la incorporación de la RSE.	59
Gráfico N° 21. Modelo de Políticas y Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.	65
Gráfico N° 22. Fases de la Propuesta de Responsabilidad Social Empresarial	74



INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es relativamente nueva en las empresas de Bolivia, pasó de la filantropía a la acción, ya que las compañías han tomado conciencia que la implementación de este concepto conlleva muchos beneficios productivos. En el país, según la Cámara Nacional de Industrias, se está imponiendo cada vez más el concepto de Responsabilidad social Empresarial, introduciéndose en las empresas paulatinamente, conscientes de realizar un rol económico y también social, dependiendo el medio en que se desempeñan.

La RSE es un compromiso voluntario que realizan las empresas con la sociedad. De esa manera la práctica de la RSE se constituye en una fuente de ventaja competitiva. Dicho de otra manera, así como hace aproximadamente unos cincuenta años las empresas desarrollaban sus actividades sin necesidad de contar con un departamento de marketing o que hace unos treinta años las empresas no tomaban muy a fondo los criterios de calidad; en la actualidad, una empresa que no incorpore las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y económicas como parte de la estrategia empresarial seguramente está poniendo en riesgo su sostenibilidad en el mercado.

El presente trabajo concentra especial atención en la necesidad de que las pequeñas empresas de la ciudad de El Alto, específicamente del sector confecciones textiles, cuenten con políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial como herramienta de gestión profesional.

La primera parte del documento contextualiza las bases y antecedentes que llevan a la realización de la presente investigación en RSE, los trabajos previos consultados tanto en el entorno nacional e internacional, incluyéndose el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación y el alcance de la misma.



La segunda parte realiza una breve descripción teórica, con el fin de contextualizar la investigación e identificar las principales fuentes de investigación cualitativa que permitan alcanzar el objetivo del presente trabajo de investigación.

Una tercera parte considera la metodología de investigación que sigue el presente trabajo, identificando la población de estudio, además de la selección de métodos, técnicas e instrumentos que se utilizaron en la recolección de información primaria, encuestando a las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto.

Llegando a la cuarta parte se presenta el análisis y diagnóstico de la investigación realizada, donde los resultados permitieron identificar las condiciones actuales de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles del FERMyPE de la ciudad de El Alto, realizando un análisis de la situación actual respecto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En la quinta parte se presenta la propuesta consistente en diseñar políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector de confecciones textiles de la ciudad de El Alto, donde se desarrollan estrategias, métodos, técnicas, procesos y herramientas administrativas que carecían de su aplicación, coadyuvando, de esta manera, al mejoramiento óptimo de las pequeñas empresas.

Por último, la sexta parte presenta las conclusiones y recomendaciones correspondientes a la investigación.

Capítulo I

Aspectos Generales



CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES

1.1. Antecedentes de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En el presente capítulo se presentan los aspectos que dieron origen a la RSE en el mundo, la influencia en América Latina y la importancia de la temática en las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) de Bolivia.

1.1.1. Origen y Evolución de la RSE.

La historia de la responsabilidad social, según el portal de Expok²⁷, no tiene un inicio fijo; sin embargo, a fin de marcar algún antecedente, podríamos decir que hay documentos que datan del siglo XIX, y que dan fe de acciones por parte de las compañías en favor de sus trabajadores.

El nacimiento de la ONU²⁸ y posteriormente el surgimiento de los Derechos Humanos sirvieron como una base sólida para que se generara una mayor conciencia social.

Hechos como la Conferencia de Estocolmo en 1972, el Informe Brundtland en 1987 o el Protocolo de Kyoto en 1997, el nacimiento de grupos civiles como Amnistía Internacional, WWF, Greenpeace o Transparencia Internacional, las iniciativas formales empresariales como AA1000, SA8000, las Directrices de la OCDE o el mismo Pacto Mundial; así como el surgimiento de organizaciones como la Global Reporting Initiative o el Instituto Ethos²⁹, son todos, acontecimientos que han servido como bloques

²⁷ Expok Comunicación de Responsabilidad Social Empresarial y Sustentabilidad (<http://www.expok.com.mx/>)

²⁸ La **Organización de las Naciones Unidas (ONU)** o simplemente **Naciones Unidas (NN.UU.)** es la mayor organización internacional existente. Se define como una asociación de gobierno global que facilita la cooperación en asuntos como el Derecho Internacional, la paz y seguridad internacional, el desarrollo económico y social, los asuntos humanitarios y los derechos humanos.

²⁹ ETHOS Organización Brasileña creada en 1998, cuya misión es movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas a gestionar sus negocios de manera socialmente responsable haciéndolas socias en la construcción de una sociedad justa y sostenible, considerada como



para levantar esta construcción social y medioambiental conocida como **Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**.

En la actualidad, la Responsabilidad Social se halla institucionalizada a través de distintos organismos alrededor del mundo, se habla ya de una manera sólida de sustentabilidad, se han realizado grandes documentos como el Libro Verde y el Blanco, y se han publicado guías extraordinarias como las Directrices de la OCDE o la tan ansiada ISO/26000 que no tiene por finalidad ser certificable ni un sistema de gestión, sino orientar las organizaciones en la introducción de prácticas socialmente responsables.

1.1.2. La RSE en América Latina

La Responsabilidad Social Empresarial avanza en su desarrollo en las empresas de América Latina, pasó de la filantropía a la acción. Las compañías han tomado conciencia que la implementación de este concepto conlleva muchos beneficios productivos.

En América Latina, existen organismos que trabajan respecto a las herramientas y el desarrollo de instrumentos gerenciales, esto para una mejor gestión de la RSE. Uno de estos organismos en América Latina, es FORUM EMPRESA³⁰, una red de organizaciones sin fines de lucro, de membresía y origen empresarial que articula y fortalece a las organizaciones empresariales nacionales y regionales comprometidas con la RSE. Dentro de las fundaciones afiliadas a esta red se encuentra el Instituto ETHOS que desarrolló uno de los aportes más notables para la región, se trata de los primeros indicadores de gestión de RSE. El cual tiene por objetivo medir siete

una de las más importantes por sus diferentes líneas de acción en la promoción de la RSE en Latinoamérica.

³⁰ FORUM EMPRESA es una institución Chilena que inició sus actividades en 1997 constituida en una red hemisférica de organizaciones que promueven la RSE en las Américas. Trabaja en proyectos conjuntos con organizaciones internacionales y organización multilateral con el enfoque específico de promover la RSE.



aspectos fundamentales en las empresas (Economía, 2011), como se muestra a continuación:

- 1) Valores, Transparencia y Gobernanza de la empresa.
- 2) Público Interno dentro de la organización.
- 3) Medio Ambiente.
- 4) Proveedores.
- 5) Consumidores y Clientes.
- 6) Comunidad.
- 7) Gobierno y Sociedad.

El Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial (PLARSE) es una realización del Instituto ETHOS con la colaboración de la Fundación AVINA, de la Organización Intereclesiástica de Cooperación para el Desarrollo – ICCO y del Fórum Empresa, que tiene como objetivo “Fortalecer el movimiento de Responsabilidad Social Empresarial en América Latina, mediante el intercambio de conocimiento y experiencias entre las organizaciones participantes y la consolidación de alianzas que contribuyan a la creación de un ambiente favorable a la gestión socialmente responsable en la región”. Los países que participan en el PLARSE son: Paraguay, Colombia, Ecuador, Bolivia, Argentina, Brasil, Perú y Nicaragua, cada institución representante de los países tiene una definición distinta sobre RSE.

La definición más aceptable es la del Instituto Ethos del Brasil que dice: “La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”.



El Instituto ETHOS fue el primero en presentar los indicadores sobre RSE, el proyecto forma parte del PLARSE logrando así que se utilice un único modelo de indicadores de RSE en los países que integran el programa. Los indicadores fueron formateados para que contemplen tanto los aspectos comunes al contexto latinoamericano como el contexto de cada país.

Asimismo, la ISO (International Standardization Organization), Organización Internacional para la Normalización con sede en Ginebra, inicia en septiembre del año 2004 el desarrollo de una norma internacional de Responsabilidad Social denominada ISO 26000, que fue concluida y aprobada en noviembre de 2010. El contenido de esta norma proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la RSE, proponiendo el reconocimiento e involucramiento con las partes interesadas en las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la temática y sobre maneras de integrar un comportamiento socialmente responsable en la organización.

1.1.3. La RSE en Bolivia

“La Responsabilidad Social Empresarial es relativamente nueva en las empresas de Bolivia, pasó de la filantropía a la acción, ya que las compañías han tomado conciencia que la implementación de este concepto conlleva muchos beneficios productivos. En el país, según la Cámara Nacional de Industrias, se está imponiendo cada vez más el concepto de Responsabilidad social, introduciéndose en las empresas paulatinamente, conscientes de realizar un rol económico y también social, dependiendo el medio en que se desempeñan”. (IBCE, 2013)

La Corporación Boliviana de Responsabilidad Social Empresarial COBORCE³¹, una fundación sin fines de lucro creada el año 2004 y cuya misión es “promover y difundir la temática en Bolivia”, realizó un estudio en 120 empresas, entre grandes y medianas, de las cuales se conocía que

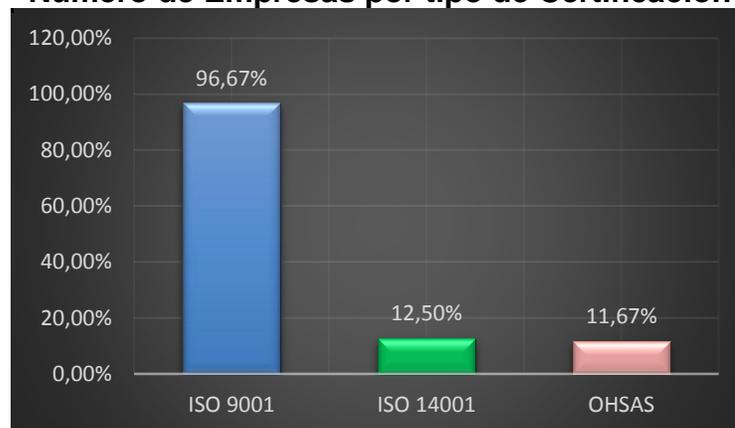
³¹ COBORCE, forma parte de la red FORUM EMPRESA.



realizaban actividades de RSE. El estudio determinó que hasta el año 2008, las empresas confundían este concepto con la filantropía.

Para el año 2010 las actividades empresariales en RSE fueron evolucionando en favor de la sociedad y el medio ambiente (Economía, 2011). Por ejemplo, las actividades empresariales, según COBORCE son evaluadas con base en la certificación que lograron conseguir las empresas en relación con temas ambientales y sociales como ser: La ISO 9001 que certifica la calidad de los productos y que un 96.67% de las empresas encuestadas obtuvieron esta certificación; la ISO 14001 que certifica la gestión de ambiental, solo un 12.5% cuenta con esta certificación, y finalmente OHSAS que certifica la gestión de Salud y Seguridad Ocupacional de los trabajadores de la empresa con un 11.67%, estos datos se ilustran en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 1.
Número de Empresas por tipo de Certificación



Fuente: Elaboración Propia con base en los datos del Instituto de Normalización y Calidad IBNORCA (Febrero2011)

“Las certificaciones como la ISO 9001, OHSAS 18001 e ISO 14001 otorgan beneficios para los inversionistas, optimizan el rendimiento de capital, incrementan la eficiencia de los procesos, mejora la calidad de los productos o servicios, desarrollan compromisos efectivos con los proveedores, facilita el posicionamiento de la marca, viabiliza la fidelización de los clientes, aumenta



la productividad y lealtad de los trabajadores, logra el reconocimiento de la sociedad y mejora la reputación de la empresa”. (Avila Vera, 2012)

Cintha Yáñez, jefa nacional de RSE y comunicación de SOBOCE, señala que “La labor de Responsabilidad Social es muy importante, ya que al ser parte de la comunidad, tiene la misión de mejorar las condiciones de vida de las familias, basados en el principio de que todos los bolivianos tienen derecho a una vida digna con acceso a salud, educación, vivienda y trabajo. Pero Ferroviaria Oriental tiene muy claro que la acción social aporta a la competitividad”. (Nueva Economía, 2012).

La RSE además de realizar actividades, desarrollar políticas y cumplir leyes debería ser una estrategia de la empresa para que de esa manera pueda reflejar sus valores. Asimismo, una empresa socialmente responsable tiende a ser más atractiva para los clientes, trabajadores e inversores y por esta razón son más competitivas y pueden obtener mayores ganancias. (ABC estudiantil con la reforma educativa, económica y gestión, 2009).

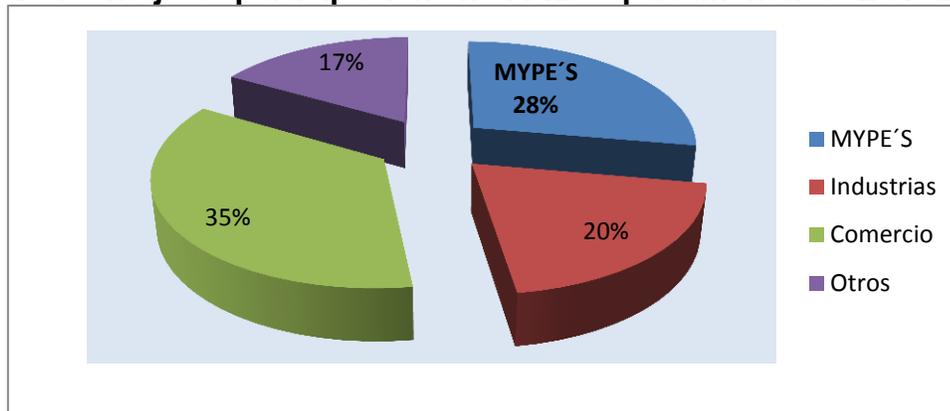
1.1.4. Las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPyMES) en Bolivia

“Las MIPyMES contribuyen al desarrollo social y crecimiento económico del país, ya que estas se originan ante la necesidad de las familias por tener un medio de subsistencia independiente; es así que personas emprendedoras crean su propio negocio buscando el bienestar económico de sus familias, creando, además, puestos de trabajo. Las MIPyMES del sector manufactura se constituyen en uno de los sectores productivos más significativos para la economía del país, siendo una alternativa de desarrollo; puesto que estas contribuyen al crecimiento económico con un 19% del Producto Interno Bruto (PIB), generando riqueza y empleo para los grupos de población marginada”. (INE, 2008 – 2012)



Más todavía, el Instituto Boliviano de Comercio Exterior (IBCE) informa que el aporte alteño a la torta de la economía del departamento de La Paz en 2011 alcanzaba a 25%, y a 6% en el ámbito nacional. El Alto tiene una alta presencia en la economía boliviana con textiles, muebles, metalmecánica y alimentos.

Gráfico N° 2.
Porcentaje de participación en el PIB departamental de La Paz



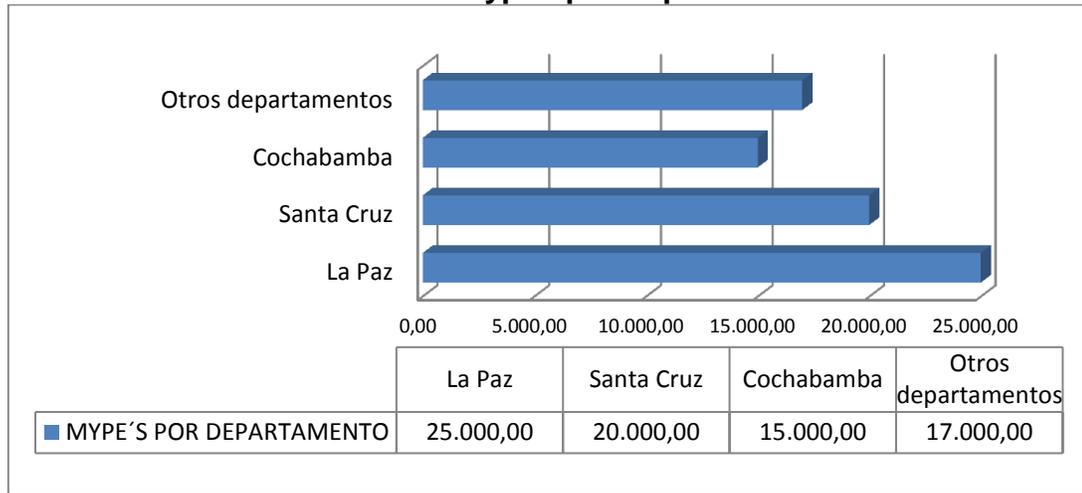
Fuente: Elaboración propia con base al IBCE 2011

“Además, son actores económicos relevantes ya que, en Bolivia se estima que representan el 16,5% de las distintas actividades económicas del país y generan aproximadamente el 11,4% del empleo privado, mejorando el nivel de vida de los estratos medios y bajos de la sociedad para posibilitar la satisfacción de sus necesidades básicas”. (IBCE, 2011)

El departamento de La Paz concentra la mayor cantidad de micro y pequeñas empresas, cuenta con al menos 25 mil mypes, seguida por Santa Cruz, el departamento de mayor pujanza económica, cuenta con al menos 20 mil mypes, seguida por Cochabamba, con 15 mil como lo muestra en el siguiente gráfico:

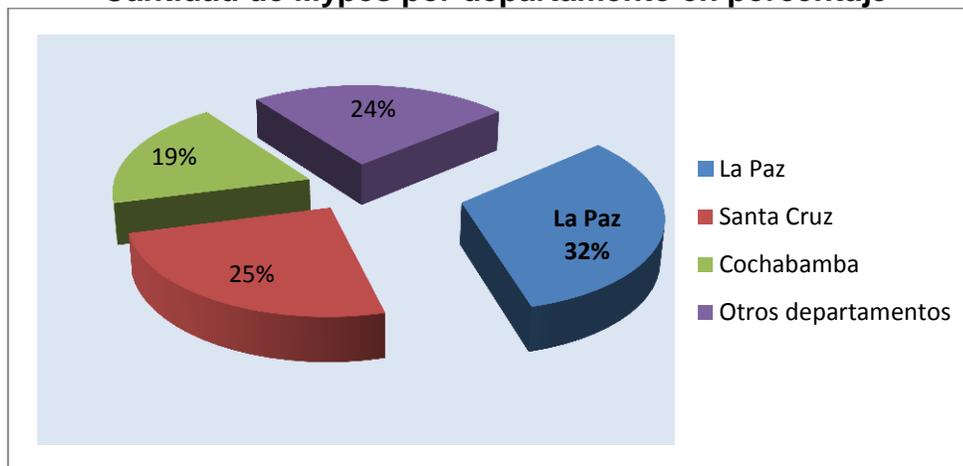


Gráfico Nº 3.
Cantidad de Mypes por departamento



Fuente: Elaboración propia con base al Boletín Informativo del CONAMYPE, 2014.

Gráfico Nº 4.
Cantidad de Mypes por departamento en porcentaje



Fuente: Elaboración propia según el boletín Informativo del CONAMYPE, 2014

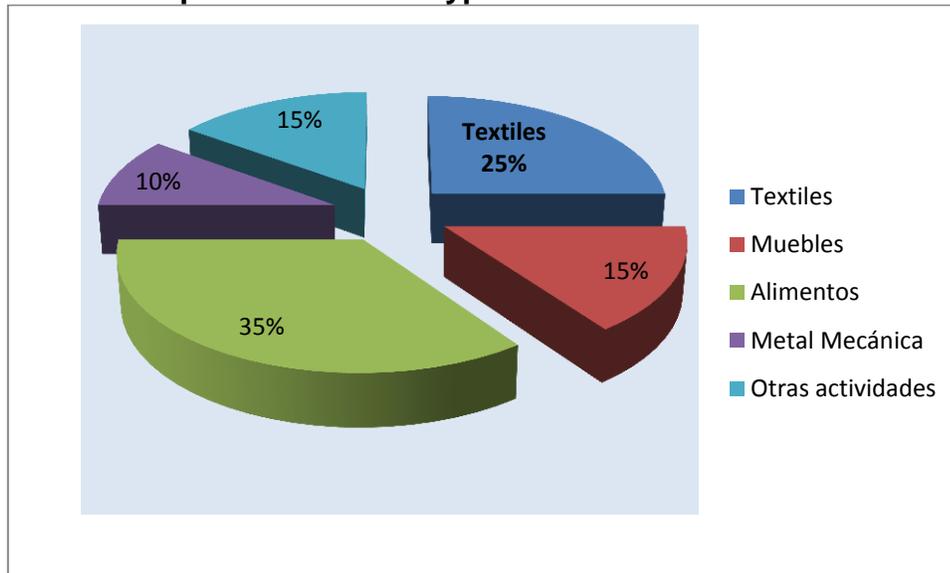
Como se observa en el gráfico precedente, el departamento de La Paz tiene la mayor concentración de MYPE'S a nivel nacional, con el 32% del total de PYME'S existente en el país. Esta concentración está mayormente ubicada en la ciudad de El Alto.

En el siguiente gráfico se presenta como están distribuidas las MYPE'S en la ciudad de El Alto, si bien el rubro de Alimentos se encuentra encabezando la



lista (35%), no menos importante es el aporte del Sector Textil con un 25%, que ubica a este rubro en segundo lugar.

Gráfico Nº 5.
Composición de las Mypes en la ciudad de El Alto



Fuente: Elaboración propia según el boletín Informativo del CONAMYPE, 2014

“La ciudad de El Alto concentra aproximadamente a 6.177 MIPyMES registradas en los distintos sectores, que en promedio emplean de 1 a 4 trabajadores en micro empresas, 5 a 19 trabajadores en pequeñas empresas y de 20 a 49 trabajadores en medianas empresas, generando alrededor de 110.000 fuentes de empleo, que representan aproximadamente el 11,33% de la población ocupada en la ciudad de El Alto”. (Estadísticas del Registro de Comercio de Bolivia, 2013).

“Respecto a la afiliación, muy pocas micro y pequeñas empresas forman parte de las entidades gremiales. El 76% de ellas no están afiliadas a ninguna entidad, 7% se encuentran afiliadas a asociaciones gremiales y otro 7%, a otras entidades. Solamente 4% está inscrito en Fundempresa, 3% en sindicatos y 2% en cámaras empresariales de industria y comercio”. (INE, 2011)



1.2. Planteamiento del problema

Los problemas son inconvenientes o fallas que surgen en distintos contextos y requieren de una solución. Puede entenderse que un problema es una cuestión o punto discutible que requiere de una solución³².

Según investigación preliminar³³, se pudo establecer problemas o fallas relevantes que se quiere analizar en FERMyPE:

- Se asimila a la RSE con actividades sociales, cuidado del medio ambiente, donaciones. En su mayoría, sus actividades son ocasionales y no forman parte de su estrategia empresarial, lo realizan cuando surge una ocasión concreta y cuando disponen de recursos para ello. Por lo tanto se desconoce del alcance y significado de la RSE, esto se constituye en un problema ya que a presente y futuro los mismos tendrán que dar solución a los problemas que se manifiesten en su entorno. Una de las principales razones por la cual la RSE ha tomado importancia en los últimos años, es porque un comportamiento socialmente responsable puede ser un instrumento diferenciador y de competitividad.
- Carecen de programas de incentivo y capacitación, carecen de la formación y de la capacitación suficiente como para introducir técnicas y herramientas de gestión empresarial, por lo que la gestión se lleva a cabo de manera empírica e intuitiva. Desarrollan conocimientos empíricos, improvisadas o por formación hereditaria familiar, los cuales no cuentan con herramientas de gestión empresarial, ocasionando falencias a nivel operativo, los cuales generan problemas de calidad, cumplimiento y satisfacción al cliente.

³² <http://www.definicionabc.com/general/problema.php>

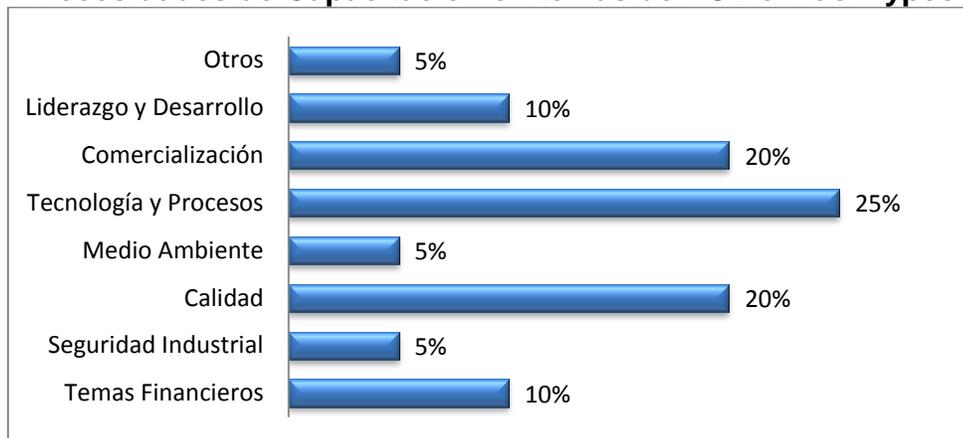
³³ Entrevistas realizadas al Presidente de la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas El Alto (FERMyPE), Presidente de la Asociación de Micro y Pequeños Empresarios en Confecciones de Textil (APPECAL) y al presidente de la Asociación de Textileros El Alto (ATEXAL).



La realidad es que muy pocas empresas recurren a la capacitación y pareciera ser que los temas elegidos para esa formación no siempre concuerdan con las necesidades identificadas como prioritarias. De acuerdo a la encuesta trimestral a las Micro y Pequeñas Empresas, solo 11% de las empresas participó en cursos de capacitación. Mayoritariamente la capacitación se dirige a actividades de la propia empresa (76%), ventas y marketing (8%), computación (4%), administración (3%), contabilidad (2%) y otros (7%). Además, la principal fuente de financiamiento de la capacitación es la propia empresa (71%), seguida de los proveedores (23%), el gobierno municipal (3%), el gobierno nacional (2%) y las organizaciones no gubernamentales (2%). (INE, 2010).

De acuerdo a las investigaciones realizadas por la Unidad de Productividad y Competitividad, en cuanto a las necesidades de capacitación de las micro y pequeñas empresas, sobresalen temas de producción, comercialización, calidad, liderazgo y desarrollo, recursos financieros, seguridad industrial y medio ambiente, temas como el medio ambiente, calidad y seguridad industrial que van relacionados con la RSE, tal cual se aprecia en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 6.
Necesidades de Capacitación en temas de RSE en las Mypes



Fuente: Elaboración propia en base a los datos de la Unidad de Productividad y Competitividad, 2008.



Se evidencian obstáculos que afectan a la competitividad y dificultan el desarrollo de la pequeña empresa del sector confecciones de textiles de la ciudad de El Alto.

El presente trabajo concentra especial atención en la necesidad de que las pequeñas empresas de la ciudad de El Alto, específicamente del sector confecciones textiles, cuenten con políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial como herramienta de competitividad.

La RSE es en la actualidad un instrumento de competitividad no sólo en el ámbito empresarial sino entre los países que están en la búsqueda de un posicionamiento en nuevos espacios comerciales. Las empresas adoptan la RSE como una herramienta de competitividad, encuentran a esta como una opción legítima que se ha convertido en una necesidad para la supervivencia de las empresas y una actividad inseparable de la práctica empresarial. Es entonces la RSE un factor que se ha convertido en un eje esencial para la competitividad empresarial, ya que esta define estrategias de dirección empresarial en las que sus grupos de interés se ven tan beneficiados como la misma empresa, y esto significa más sostenibilidad y desarrollo. Además se debe tener en cuenta que las empresas en su mayoría se encuentran enfocadas a lograr mayor competitividad y productividad pues estos, son puntos decisivos a nivel gerencial para la valoración del costo beneficio, y la inversión realizada con respecto a las utilidades generadas. Argumentar porque la RSE juega un papel de herramienta competitiva dentro de la empresa, es remitirse a factores que la hacen más productiva, que incrementan su eficacia y eficiencia, factores que logran que la empresa le dé un uso más apropiado a sus recursos maximizando así sus beneficios y logrando la misión de la empresa satisfaciendo a su vez las necesidades y expectativas de sus grupos de interés. (Mesa, 2007)



Por lo general, la finalidad de una investigación es brindar una solución³⁴. Se llega a formular el siguiente problema de investigación:

¿La adopción de políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial coadyuvarán a mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto?

Para el problema planteado se asume los siguientes objetivos:

1.3. Objetivos: General y específicos

A continuación se presentan los objetivos que se enmarcan dentro de la investigación:

1.3.1. Objetivo General

Diseñar y proponer políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto (FERMyPE).

1.3.2. Objetivos Específicos

- Identificar los principales problemas de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto (FERMyPE), relacionados con RSE.
- Determinar el grado de conocimiento y aplicación de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto (FERMyPE), en temas de RSE.

³⁴ <http://definicion.de/problemas-de-investigacion/>



- Establecer políticas y estrategias de RSE en los grupos de interés de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto (FERMyPE).

1.4. Resultados de la Investigación

A continuación se presenta los resultados del trabajo de investigación:

- Un documento de diagnóstico de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociados a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto (FERMyPE).
- Un documento de políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto (FERMyPE).

1.5. Alcances de la Investigación

Se establecen los siguientes alcances de la investigación:

1.5.1. Temático

El alcance temático del presente trabajo de investigación se sustenta en la malla curricular de la Carrera de Administración de Empresas, específicamente en las materias de: Ética y Responsabilidad Social, Gestión Estratégica y toma de decisiones. En cuanto a las líneas de investigación del I.I.C.C.A. se encuentra la línea de investigación de emprendimiento.

1.5.2. Temporal

El ámbito temporal del presente trabajo de investigación, de acuerdo a sus características, se analizó en la gestión 2015 - 2016. En este sentido, la información cuantitativa sobre bases estadísticas estará referida a las



gestiones 2010 - 2014; en tanto que la investigación cualitativa con la recopilación de información en la investigación se realizó en la gestión 2015.

1.5.3. Geográfico

El presente trabajo de investigación se llevó a cabo en la Federación Regional de la Micro y Pequeña Empresa de la ciudad de El Alto (FERMyPE), del Departamento de La Paz, porque es en esta ciudad donde se ubica un significativo número de pequeñas empresas los cuales fueron de gran utilidad para el presente trabajo de investigación.

1.5.4. Institucional

El presente trabajo de investigación está a cargo del Área de **Interacción Social** del Instituto de Investigación y Capacitación en Ciencias Administrativas (IICCA).

Capítulo II

Marco Teórico



CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se realiza una breve descripción teórica, con el fin de contextualizar la investigación e identificar las principales fuentes de investigación cualitativa que permitan alcanzar el objetivo del presente trabajo de investigación:

2.1. Marco Conceptual

En la actualidad, el poder de la empresa es grande, tanto para la economía, los empleados que trabajan en ella y para el ambiente; por eso, surge la necesidad de que cada día existan más organizaciones que se comprometan con la Responsabilidad Social Empresarial.

2.1.1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

2.1.1.1. Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial

La RSE ha sido conceptualizada de modos muy distintos en los diferentes organismos, sin embargo de esta diversidad conceptual, es posible encontrar las siguientes:

- **Para el Instituto Ethos³⁵ de empresas y Responsabilidad Social Brasil.**
“Responsabilidad Social Empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de la metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales ”

³⁵ El instituto Ethos de empresas y Responsabilidad Social es una organización sin fines de lucro en Brasil. Su misión es movilizar, sensibilizar y ayudar a las empresas gestionar sus negocios de forma socialmente responsable.



- **Para la Organización Internacional de trabajo (OIT).** ³⁶“La Responsabilidad social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario”

En este concepto se resalta que la RSE es un conjunto de acciones y que éstas, desarrolladas en actividades, tengan repercusiones positivas en la sociedad basados en principios y valores, también se menciona a la RSE como una iniciativa de carácter voluntario. En dicho marco, el presente trabajo de investigación trazará las orientaciones básicas para que las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto puedan incorporar un conjunto de acciones de RSE.

- **Para el Fórum Empresa** ³⁷ Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en la Américas. “La RSE se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programas integrados en la operación integral que soportan el proceso de toma de decisiones y premiados por la administración”.

De este concepto se rescata que la RSE se refiere a una visión de negocios y que incorpora el respeto por los valores éticos y es vista como un amplio set de acciones de RSE. Ser socialmente responsable implica todo un modo de hacer políticas, estrategias, actividades y programas que se manifiestan con acciones de RSE en los

³⁶ La OIT es la Institución Mundial responsable de la elaboración y supervisión de las Normas Internacionales del Trabajo.

³⁷ FORUM EMPRESA es una institución Chilena que inicio sus actividades en 1997 constituida en una red hemisférica de organizaciones que promueven la RSE en las Américas. Trabaja en proyectos conjuntos con organizaciones internacionales y organización multilateral con el enfoque específico de promover la RSE.



diferentes grupos de interés, pues así van contribuyendo a generar Empresas socialmente responsables. Basado en este concepto se rescata parte de lo mencionado, por lo tanto se desarrollarán políticas, estrategias y programas de RSE en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto, sobre visión y respeto a los valores.

- **Para La Asociación de Empresarios Cristianos (ADEC)** definió a la RSE como una “forma de gestión surgida del compromiso personal del empresario y de los miembros que integran la empresa, basada en valores éticos y sustentables tanto en lo económico, social, como ambiental, donde se reconocen los intereses de los distintos públicos con los que se relaciona, como los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y las generaciones futuras”. (Asociación de Empresarios Cristianos, 2009)

De esta definición se resalta a la RSE como un forma de gestión surgida del compromiso personal del empresario y de los miembros de la empresa basados en valores integrados en las tres dimensiones de la RSE Económico, Social y ambiental. En los últimos años la RSE se ha ido incorporando en varias de las empresas de Bolivia, se lo ve como una nueva forma de hacer gestión empresarial, por ende se lo ve como una ventaja competitiva positiva frente a las demás empresas. En dicho marco se tomará parte de lo mencionado y se considerará a la RSE como una forma de hacer Gestión empresarial dentro las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto.

- **Para la Cámara Nacional de Industrias de Bolivia** “La RSE se refiere a las acciones que toda unidad productiva debe llevar adelante para trabajar en conjunto con sus empleados, sus familias, el gobierno y la sociedad civil para garantizar la sostenibilidad del desarrollo y el acceso a una calidad de vida digna”. (Cámara Nacional de Industrias de Bolivia, 2005)



Es muy importante resaltar a lo que hace referencia la Cámara Nacional de Industrias de Bolivia, resaltando el objetivo de la RSE que es el acceso a una calidad de vida digna. La RSE surge principalmente por la necesidad de igualar las oportunidades entre las personas, cuidar la calidad de los productos y mejorar la calidad de vida del entorno social de la empresa.

De esta manera, se ha tomado en cuenta 4 aportes de distintos organismos que se considera son de mayor relevancia y que a su vez ayudaran a tener un enfoque correcto sobre la RSE en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto.

2.1.1.2. Principios de la Responsabilidad Social Empresarial

Cuando se aborda y ejerce la responsabilidad social, el objetivo primordial para una organización es maximizar su contribución al desarrollo sostenible. Dentro de este contexto se da a conocer los principios (Guía de Responsabilidad Social, 2010) que se detallan a continuación:

- ✘ **Rendición de Cuentas**, una organización debe rendir cuentas por sus impactos en la sociedad, la economía y el medio ambiente.
- ✘ **Transparencia**, una organización debe ser transparente en sus decisiones y actividades que impactan en la sociedad y el medio ambiente.
- ✘ **Comportamiento Ético**, El comportamiento ético de una organización debe basarse en los valores de la honestidad, equidad, e integridad, que implica la preocupación de las personas, animales y medio ambiente.
- ✘ **Respeto a los integrantes de las partes interesadas**, Una organización debe respetar, considerar y responder a los intereses de sus partes interesadas.
- ✘ **Respeto al principio de legalidad**, se refiere a que ningún individuo u organización está por encima de la ley, por lo que se debe cumplir todas las disposiciones legales en las que opera una organización.
- ✘ **Respeto a la normativa internacional de comportamiento**, cuando la ley o



su implementación no proporcionan las salvaguardas ambientales o sociales adecuadas, una organización debe esforzarse por respetar, como mínimo, la normativa internacional de comportamiento.

- ✘ **Respeto a los derechos humanos**, promover los derechos establecidos en la Carta Universal de los Derechos Humanos.

Con base en los principios mencionados, el presente trabajo de investigación tomará en cuenta cada uno de estos principios para diseñar y proponer políticas y estrategias de RSE para las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto.

2.1.1.3. Características de la RSE

La RSE comprende una serie de características que son comunes, independientes del tipo de organización. A continuación se da a conocer las características de la Responsabilidad Social Empresarial. (IBCE, 2013)

- ✓ La RSE, es una nueva forma de ver las cosas y encarar las actividades. Puede ser impulsada tanto por organizaciones con fines de lucro como por aquellas que no la tienen.
- ✓ La RSE es activa y voluntaria. Activa porque deben observarse acciones concretas y sus correspondientes resultados. Voluntaria cuando no existe obligaciones de terceros.
- ✓ La Organización se orienta hacia las necesidades y expectativas de sus miembros (empleados y socios), la sociedad y todos aquellos que se relacionan de una forma u otra con sus operaciones.
- ✓ La RSE, va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas. Es decir la legislación debe ser cumplida en forma íntegra y las acciones de RSE deben estar por encima de lo exigido por la ley.
- ✓ Las acciones pueden ser tanto nacionales como internacionales. La organización puede decidir expandir sus acciones de RSE inclusive fuera del país donde realiza sus actividades.



Estas características mencionadas nos ayudan a tener en claro una forma de ver a la RSE como una acción de comportamiento responsable, voluntaria y estas serán tomadas en cuenta en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto, como una base para incorporar políticas y estrategias de RSE.

2.1.1.4. Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial

La RSE es una herramienta de gestión de negocios que ayuda a las empresas a tener éxito no solo en lo económico sino en cuanto a su aporte a la sociedad, la RSE aparece muy vinculada al concepto de Desarrollo Sustentable, es decir, la capacidad de generar valor y perdurar en el tiempo a partir del uso responsable de los recursos disponibles sin afectar a las generaciones futuras. Desde esta perspectiva, la RSE implica un desarrollo equilibrado en tres grandes dimensiones: económica, ambiental y social. (IBCE, 2013)

- ❖ **Dimensión económica:** Incluye no solo a la información financiera, sino también a factores como los salarios y beneficios, la productividad laboral, creación de empleos, outsourcing, capacitación y desarrollo, investigación e innovación, incorporación de nuevas tecnologías, entre otros.
- ❖ **Dimensión ambiental:** Es la relación con los impactos que causan los procesos, productos y servicios que desarrolla la empresa en el aire, agua, tierra biodiversidad y la salud humana.
- ❖ **Dimensión social:** Incluye factores como la seguridad y salud en el trabajo, la rotación de personal, los derechos y condiciones laborales, derechos humanos, la interacción entre la organización y su comunidad, entre otros.

Estas tres grandes dimensiones son parte fundamental del presente trabajo de investigación y se pueden tomar como un punto de referencia para identificar las dimensiones en las cuales se van a proponer políticas y estrategias de RSE para las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto.



2.1.1.5. Grupos de Interés de la Responsabilidad Social Empresarial

Un papel protagónico de la RSE lo constituyen los grupos de interés a quienes los expertos denominan “stakeholders”. Estos son todas aquellas personas, grupos o entidades que, de una u otra manera, son afectados y/o afecta a la empresa, positiva o negativamente, en mayor o menor grado. Entre los principales grupos de interés tenemos: (IBCE, 2013)

- ❖ **Público interno:** Relación con sindicatos, gestión participativa, Trabajo infantil, discriminación, política de remuneración y beneficios, salud y seguridad ocupacional, desarrollo profesional, jubilación, entre otros.
- ❖ **Medio ambiente:** Compromiso con mejorar la calidad ambiental, educación y concienciación ambiental, impacto ambiental de la empresa, medidas para minimizar entradas y salidas de materiales, entre otros.
- ❖ **Proveedores:** Criterios de selección y evaluación de proveedores, trabajo infantil y trabajo forzoso en la cadena productiva, relación con trabajadores tercerizados, apoyo al desarrollo con proveedores, entre otros.
- ❖ **Clientes:** Comunicación comercial, excelencia en atención, conocimiento de daños potenciales de los productos y servicios, entre otros.
- ❖ **Comunidad:** Impacto de la empresa en la comunidad del entorno, relación con organizaciones locales, relación y financiamiento de la acción social, entre otras.
- ❖ **Gobierno:** Prácticas anticorrupción y propina, Liderazgo e influencia social, Participación en proyectos sociales gubernamentales, entre otros.



El presente trabajado de investigación tomará en cuenta cada uno de los grupos de interés mencionados anteriormente para la propuesta de políticas y estrategias de RSE en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles del FERMyPE de la ciudad de El Alto.

El termino grupo de interés (stakeolders) se ha ido imponiendo progresivamente para designar a todas las personas grupos y organizaciones que mantienen una relación directa o indirecta con la empresa (Otero 2011) están dentro y fuera de la empresa, y pueden afectar las actividades de la empresa positiva o negativamente. Las empresas con su actividad, generan impacto, directo o indirecto que afecta a sus grupos de interés, a los cuales es necesario identificar y analizar, minimizando el impacto negativo y optimizando el impacto positivo.

Gráfico Nº 7.
Grupo de Interés (STAKEHOLDERS)



Fuente: Instituto Boliviano de Comercio Exterior, EL ABC de la Responsabilidad Social Empresarial (Mayo 2013).

Aquellas empresas que quieren integrar en su gestión la RSE, deben de identificar sus grupos de interés, definir sobre cuales dirigirán sus esfuerzos y considerarlos a la hora de establecer la estrategia de la empresa. Por lo tanto, para el presente trabajo de investigación se identificará los grupos de interés de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la



ciudad de El Alto, en las cuales se establecerá políticas y estrategias de RSE.

2.1.1.6. Ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial

Las estrategias basadas en la RSE e integradas de manera coherente en la gestión empresarial pueden contribuir de modo positivo a diversos ámbitos de su funcionamiento y desempeño (Otero, 2011).

Ventajas internas:

- Fidelidad del personal a la empresa
- Mejora de la motivación y de la productividad en el trabajo
- Mayor implicación del personal en la gestión empresarial
- Fidelización de la clientela
- Mejora de la calidad de productos y servicios
- Mayor potencial de innovación
- Incremento de la eficiencia de los procesos productivos y ahorro de costos
- Mayor capacidad de adaptación frente a los cambios y gestión de crisis
- Mejora de la competitividad

Ventajas externas

- Mejora de la imagen y reputación
- Obtención de subvenciones o ayudas y reconocimientos oficiales
- Mayor facilidad para cumplir con la normativa vigente
- Refuerzo de las relaciones con las comunidades locales
- Fortalecimiento del tejido económico y social local
- Nuevas oportunidades de negocios
- Reducción del riesgo empresarial
- Obtención de financiamiento en mejores condiciones



- Mejora de las relaciones y condiciones contractuales con entidades proveedores y distribuidores
- Contribución positiva a un desarrollo sostenible

Son algunas de las ventajas a nivel interno y externo que nos ayudan positivamente a ver a la RSE como un instrumento para mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto, Se tomarán muy en cuenta cada uno de los puntos mencionados anteriormente para desarrollar las acciones de RSE en los diferente grupos de interés dentro de las pequeñas empresas.

2.1.2. Gestión de la RSE

La gestión³⁸ según la norma ISO 9000 es un sistema (conjunto de elementos mutuamente relacionados) para establecer la política, los objetivos y para lograr el cumplimiento del objetivo.

Dentro del marco competitivo en el que actualmente se encuentran las empresas se agrupan dos hechos importantes (Francisco, 2006):

- I. La asunción de los principios del desarrollo sostenible, que implica.**
 - ✘ Satisfacer las necesidades de las partes interesadas.
 - ✘ Adoptar los principios del desarrollo sostenible voluntariamente.
 - ✘ Integrar en la gestión la dimensión económica, social y ambiental.
 - ✘ Aceptar las propuestas de la Responsabilidad Social Empresarial como centro de la estrategia de gestión en la organización.
- II. La orientación a las partes interesadas.**

Se considera parte interesada, desde el punto de vista de la empresa, a toda persona individual, grupo, organización o similar de carácter público o privado capaz de afectar o interactuar con sus acciones en la estrategia de la empresa o que pueden verse afectado por las decisiones de esta última.

³⁸Según la NORMA ISO 9000:2000



Según estos hechos importantes, las pequeñas empresas del sector confecciones textiles obtendrán una ventaja competitiva real. Tomando en consideración estos dos puntos muy importantes sobre la Gestión de la RSE se podrá establecer políticas y estrategias de RSE en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto.

2.1.3. Políticas

En este ámbito: “Las políticas pueden definirse como los criterios generales que tiene por objeto orientar la acción, dejando a los administradores campo para las decisiones que les corresponde tomar; sirven, por ello para formular, interpretar o suplir las normas concretas”. (Ponce, 1979)

Una definición más amplia propone que: “Las políticas guían el comportamiento y la toma de decisiones en las empresas, limita el área y comportamiento en la que ha de tomarse la decisión y son premisas a partir de las cuales se toman las decisiones”. (Brown y Moberg, 1990)

Por otra parte, difieren de las normas concretas, o de las reglas, por su mayor generalidad. “Norma es todo señalamiento imperativo de algo que ha de realizarse, sea genérico o específico; las normas genéricas, son precisamente las políticas, en tanto que las normas específicas son las reglas”. (Ponce, 1979)

2.1.4. Estrategia

El Diccionario Administración de Empresas y Finanzas define la estrategia como, “Líneas maestras para la toma de decisiones que tienen influencia en la eficacia a largo plazo de una organización”. (Ponce, 1994)

Koontz y Weihrich, describen el uso del término estrategia con tres definiciones: 1) Programas generales de acción y despliegue de recursos, para obtener objetivos generales, 2) El programa de objetivos de una



organización y sus cambios, los recursos usados para lograr estos objetivos y las políticas que gobiernan la adquisición, uso y disposición de esos recursos y 3) La determinación de los objetivos básicos a largo plazo de una empresa y la adopción de recursos de acción y asignación de recursos necesarios para lograr estas metas. (Weihrich, H. y H. Koontz, 1994)

Una estrategia, también “Es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y a la vez establece la secuencia coherente de las acciones a realizar”. (Mintzberg y Quinn, 1993)

2.1.4.1. Componentes de una Estrategia³⁹

Una estrategia bien concebida se compone de cuatro elementos que son:

- Alcance
- Asignación de Recursos
- Ventajas Competitivas
- Sinergia

Los componentes de una estrategia son parte esencial para el presente trabajo de investigación ya que serán la base fundamental para la generación de un modelo para incorporar estrategias de RSE en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto.

2.1.5. Concepto de Competitividad

“Se define la competitividad como la capacidad de diseñar, producir y comercializar bienes y servicios mejores y/o más baratos que los de la competencia” (PORTER, 1999).

Por otra parte, es la “Capacidad de competir, especialmente en los mercados exteriores, a través del eficiente uso de los factores productivos”. (TAMAMES, 1996).

³⁹ Camisaza, Elena; Guerrero, Miguel; Rubén de Dios. (1997).



“Es la medida en que una organización es capaz de producir bienes y servicios de calidad, que logren éxito y aceptación en el mercado. Añadiendo además que cumpla con las famosas tres “E”: Eficiencia, Eficacia y Efectividad. Eficiencia en la administración de recursos, eficacia en el logro de los objetivos y efectividad comprobada para generar impacto en el entorno”. (Ivancevich & Lorenzi, 1996)

2.2. Marco Referencial

A continuación se describe las características institucionales del presente trabajo de investigación:

2.2.1. Federación Regional de la Micro y Pequeña Empresa de la ciudad de El Alto - (FERMyPE)⁴⁰

Federación Regional de la Micro y Pequeña Empresa de la ciudad de El Alto, fue fundada el 12 de marzo de 1999, con el único propósito de apoyar y promocionar a las unidades productivas de la ciudad de El Alto. FERMyPE en sus diferentes áreas: Metal Mecánica, Madera, Confecciones Textiles, Cuero, Chamarras y carteras en cuero, Alimentos, Construcciones, Artes gráficas, Cristalería, Artesanía, Confección, Electrónica, Medicina tradicional, Orfebrería, Servicios eléctricos y gas domiciliario.

La FERMyPE – El Alto es una entidad que busca generar una economía social comunitaria sin fines de lucro, con Personería Jurídica reconocida por Resolución Prefectural N° 588/05 de fecha 22 de agosto de 2005.

2.2.2. Visión

“Ser una Federación reconocida a nivel Nacional e Internacional por el apoyo y promoción que se brinda a nuestras unidades productivas”

⁴⁰ <http://fermype-elalto.com/index.php/quienes-somos-2>



2.2.3. Misión

“Satisfacer el mercado Local e Internacional con Productos Nacionales, demostrando la calidad de la mano de obra boliviana”

2.2.4. Confecciones Textiles FERMyPE ⁴¹

La confección son actividades imprescindibles para la elaboración de prendas de vestir y otros productos, se refiere al proceso de manufacturación de un producto y para su elaboración se requiere de materia prima como: maquinaria, telas, botones, etiquetas, cierres, hilos, y otros insumos para la producción del producto final.



2.3. Marco Legal

Existe una gran cantidad de estándares externos que cubren uno o más aspectos de RSE pero solo unos pocos abordan todos los tópicos y temáticas, entre ellos se incluyen:

⁴¹ Revista de la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto – FERMyPE.



- ✓ Iniciativa de Reporte Global (GRI)
- ✓ AA1000
- ✓ Principios Globales de Sullivan
- ✓ 8000 (SA 8000)
- ✓ Los principios de “The Caux Round Table” (CRT)
- ✓ Pacto Global de Naciones Unidas
- ✓ ISO 20121

El presente trabajo se constituye sobre las siguientes bases legales, que rigen y orientan la Responsabilidad Social Empresarial en Bolivia, entre ellas:

2.3.1. Constitución Política del Estado Plurinacional de Bolivia

Las pequeñas empresas deben realizar sus actividades en estricto concordancia con el despliegue y materialización de principios ético-morales de la sociedad plural (C.P.E. Capítulo Segundo, Principio, Valores y Fines del Estado, Artículo 8).

“El Estado asume y promueve como principios ético-morales de la sociedad plural: ama qhilla, ama llulla, ama suwa (no seas flojo, no seas mentiroso ni seas ladrón), suma qamaña (vivir bien), ñandereko (Vida Armoniosa), teko kavi (vida buena), ivi maraei (tierra sin mal) y qhapaj ñan (camino o vida noble)”

Es así que el principio del “Vivir Bien” está directamente relacionado con las “Buenas prácticas empresariales”.

Y el principio de “Vida Armoniosa”, solo se logra a través del cumplimiento del triple objetivo que persigue la Responsabilidad Social Empresarial que es: Económico, Social y Ambiental.



2.3.2. Ley del Medio Ambiente N° 1333

El Art. 1 de la Ley del Medio Ambiente establece como objetivo principal, la protección y conservación del medio ambiente y los recursos naturales, regulando las acciones del hombre con relación a la naturaleza y promoviendo el desarrollo sostenible con la finalidad de mejorar la calidad de vida de la población.

El Art. 92 menciona claramente que todas las personas, comunidades, instituciones u organizaciones tienen derecho a participar en la gestión ambiental y el deber de formar parte activa en la misma como una responsabilidad social.

El Reglamento general de gestión Ambiental (Arts. 2 y 3) establece, con mayor precisión, que la gestión ambiental comprende a:

- a)** La formulación y establecimiento de políticas ambientales
- b)** Los procesos e instrumentos de planificación ambiental
- c)** El establecimiento de normas y regulaciones jurídica-administrativas
- d)** La definición de competencias de la Autoridad Ambiental y la participación de las autoridades sectoriales en la gestión ambiental
- e)** Las instancias de participación ciudadana
- f)** La administración de recursos económicos y financieros
- g)** El fomento y la investigación científica y tecnológica
- h)** El establecimiento de instrumentos e incentivos

El capítulo II de la Ley describe como factores susceptibles que degradan el medio ambiente la contaminación del aire, las aguas en todos sus estados, el suelo y el subsuelo.

La ley prevé en su artículo 79 acciones de prevención, control y evaluación de la degradación del medio ambiente que en forma directa o indirecta atente



contra la salud humana, vida animal y vegetal, igualmente por la restauración de las zonas afectas.

2.3.3. Norma Boliviana ISO 26000

La Organización Internacional de Estandarización (ISO, por sus siglas en inglés), en reunión en Estocolmo en junio de 2004, decidió enfocarse en la elaboración de una norma en responsabilidad Social Empresarial (RSE), cuyo concepto de trabajo final fue solamente Responsabilidad Social (ISO 26000 RS).

Se definió como una norma en Responsabilidad Social con el objetivo de que sea aplicable a todo tipo de organizaciones (públicas y privadas, organizaciones no gubernamentales (ONG's) y sindicatos). Sin embargo, se originó en el tema de la RSE dado el increíble desarrollo conceptual y de instrumentos que el tema ha generado en la última década y por la innegable demanda de un comportamiento responsable (social, laboral, ambiental, de productos y servicios) hacia las empresas en muchos países desarrollados y en vías de desarrollo. La institución que elaboró la norma se basó "en el hecho de que no solamente era necesario la creación de estándares técnicos, sino que también se pueda proveer soluciones en asuntos sociales y ambientales en la economía global".

Finalmente la ISO 26000 fue aprobada y puesta en vigencia en todos los países miembros de la Organización Internacional de Estandarización, de la cual forma parte Bolivia, desde el 3 de noviembre de 2010.

Esta Norma Internacional proporciona orientación sobre los principios que subyacen en la Responsabilidad Social, el reconocimiento de la misma y el involucramiento con las partes interesadas, las materias fundamentales y los asuntos que constituyen la Responsabilidad Social y sobre las maneras de integración de comportamiento socialmente responsable en la organización. La ISO 26000 hace énfasis en la importancia de los resultados y mejoras en el desempeño de la Responsabilidad Social (Estandarización, 2010).



El propósito principal de esta Norma es que sea utilizada, tanto por aquellas que se inician en el proceso de adopción de la Responsabilidad Social, como por aquellas que cuentan con mayor experiencia en su implementación.

Capítulo III

Metodología de la Intervención



CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INTERVENCIÓN

En este capítulo se presenta los criterios de investigación que fueron utilizados así como la técnica a la que se recurrió para la obtención de la información.

Método de investigación

La investigación utilizada en el presente trabajo es el método deductivo en el análisis de la información documental, de carácter primario y secundario, Según Mohamad Naghi N., *“los datos primarios provienen y se recopilan de las fuentes originales (Entrevistas) en el campo específico”* en cambio, *“los datos secundarios provienen de información recopilada por terceros y que generalmente puede tener múltiples propósitos de investigación (revisión documental).”*; y el método inductivo, porque al utilizar la técnica de estudios de caso se induce al comportamiento y análisis general de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de la Micro y Pequeña Empresa (FERMyPE) de la ciudad de El Alto.

Tipo de investigación

El tipo de investigación será el método descriptivo *“Es aquel proceso que realiza una narración de situaciones, hechos y busca especificar características relacionadas con el objeto de estudio, ya sean: cosas, personas, grupos, organizaciones u otros.”* (Arandia, 2006); método analítico *“Que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos. El análisis es la observación y examen de un hecho en particular.”*⁴²; y explicativo *“Este tipo de investigación es denominado también como*

⁴² <http://www.eumed.net/libros-gratis/2007a/257/7.1htm>.(recuperado2007)



Investigación causal, porque es aquella que pretende dar una explicación de las causas u orígenes de los problemas o fenómenos a ser investigados”.
(Arandia, 2006)

3.1. Tipo de Intervención

Los tipos de intervención siguiendo la guía metodológica para la realización de trabajo dirigido de la Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Mayor de San Andrés (octubre de 2011) son:

Cuadro Nº 1
Tipos de Intervención

Nro.	Tipo de intervención	Alcance
1.-	Diagnóstico	Estado de arte de situaciones no estudiadas. Actualización de estados de arte.
2.-	Diagnóstico y propuesta	Adicionar al diagnóstico realizado una propuesta de solución al problema
3.-	Diagnóstico, propuesta e implementación	Previa actualización de diagnóstico y propuesta de solución existente o formulada en torno al problema, esta es puesta en práctica.
4.-	Evaluación organizacional	Aplicación de modelos de evaluación de temas específicos de evaluación.

Fuente: Elaboración propia con base en la guía metodológica para la realización de trabajo dirigido. (Callejas & Rosso, 2011)

El tipo de intervención del presente trabajo dirigido, corresponde a: Diagnóstico y propuesta, a continuación se describen los aspectos que la metodología exige para la realización de la investigación.

3.2. Universo y Población de Estudio

El universo o población de estudio se refiere al que o quién es el objeto de interés en la investigación, dentro del ámbito espacial en el que se desarrolla el trabajo de investigación. Por lo cual, el termino población tiene un

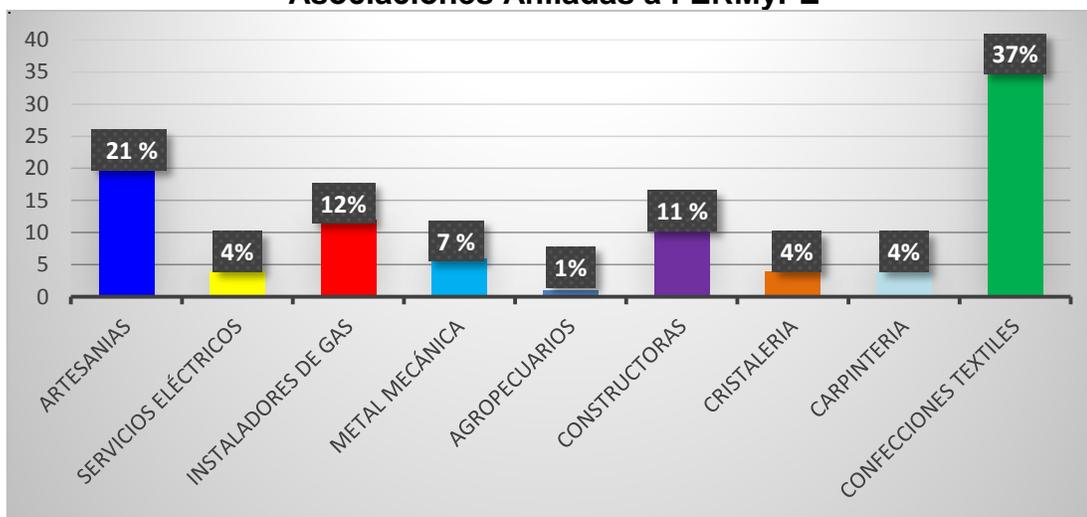


significado mucho más amplio que el usual, ya que puede referirse a personas, cosas, actos, áreas geográficas e incluso al tiempo⁴³.

El presente trabajo se realizó en la “Federación Regional de la Micro y Pequeña Empresa” (FERMyPE) de la ciudad de El Alto, integrada por aproximadamente 1200 micro y pequeñas empresas distribuidas en 9 áreas asociadas por distintos sectores, teniendo al sector Confecciones Textiles con un mayor número de asociaciones afiliadas a FERMyPE.

Según datos proporcionados por la FERMyPE⁴⁴, al mes de diciembre de 2014 el sector Confecciones Textiles concentra la mayor cantidad de asociaciones afiliadas con un 37% de micro y pequeñas empresas, seguida de las áreas de Artesanías, Instaladores de Gas y Constructores con un 21%, 12% y 11% respectivamente, tal como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 8
Asociaciones Afiliadas a FERMyPE



Fuente: Elaboración propia, según datos proporcionados por FERMyPE.

⁴³ <http://www.indec.gov.ar/proyectos/censos2001/maestros/quees/masinfo.doc>. (Recuperado 2001).

⁴⁴ FEDERACION REGIONAL DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS EL ALTO (FERMyPE), es una entidad que busca generar una economía social comunitaria sin fines de lucro, con Personería Jurídica reconocida por Resolución Prefectural N° 588/05 de fecha 22 de agosto de 2005.



Dentro de esta población, se contempló como universo de estudio a las pequeñas empresas del sector Confecciones Textiles asociadas a la Federación Regional de la Micro y Pequeña Empresa (FERMyPE) de la ciudad de El Alto. Las cuales están agrupadas en asociaciones afiliadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto, tal y como se puede ver en el siguiente cuadro:

Cuadro Nº 2
Universo de Estudio
Asociaciones Afiliadas al sector Confecciones Textiles a FERMyPE

Nº	SIGLA	ASOCIACIÓN	Asociados Aprox.
1	APPECAL	Asociación de Micro y Pequeños Empresarios en Confecciones de textil	30
2	AIMAP "WINAY WAIRA"	Alteños Integral Multidisciplinaria de artesanos y productores	7
3	PALACE SPORT	Asociación de Artesanos Comerciantes en Confecciones	2
4	ATEXAL	Asociación de Textileros El Alto	5
5	APROTEX	Asociación de Productores Textiles	6
6	APTA	Asociación de Productores en Textiles Artesanales	2
7	ATENyS	Asociación de textileros en fibra natural y sintético	3
8	SUMA LURAWY	Suma Lurawy	4
9	TRIPLE A.A.A.	Asociación de Artesanos en Alpaca	3
10	ASOCIACIÓN DE KULLAKAS	Asociación de Kullakas	1
		TOTAL	63

Fuente: Elaboración propia, según datos proporcionados por FERMyPE.

Obteniendo una población total de 10 asociaciones con 63 pequeñas empresas en confecciones textiles como población de estudio.

3.3. Determinación del Tamaño y Diseño de la Muestra.

Dependiendo del tamaño del universo y de los objetivos de la investigación se debe optar por censo o determinación de muestra.



El censo consiste en investigar a todo el universo. Visto que la población es reducida, para la presente investigación se ha decidido aplicar el censo a cada una de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto, consiguientemente, el universo es igual a la muestra.

3.3.1. Sujetos de Investigación

Cuadro Nº 3
Sujetos de Investigación

Nº	SIGLA	NÚMERO DE ENCUESTAS
1	APPECAL	30
2	AIMAP "WINAY WAIRA"	7
3	PALACE SPORT	2
4	ATEXAL	5
5	APROTEX	6
6	APTA	2
7	ATENyS	3
8	SUMA LURAWY	4
9	TRIPLE A.A.A.	3
10	ASOCIACIÓN DE KULLAKAS	1
TOTAL		63

3.4. Selección de métodos y técnicas

En el presente trabajo de investigación se han utilizado los métodos de: Observación directa y Encuestas y las técnicas de análisis de revisión documental y entrevista respectiva.

Los métodos empleados en la investigación fueron los siguientes:

- **La encuesta**, que obtiene los datos a partir de realizar un conjunto de preguntas dirigida a las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de la Micro y Pequeña



Empresa (FERMyPE) de la ciudad de El Alto, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos específicos.

- **La observación directa**, *“es cuando el investigador se pone en contacto personal con el hecho o fenómeno que trata de investigar, a través de la encuesta”*⁴⁵.

Las técnicas aplicadas fueron las siguientes:

- Para aplicar el método de la encuesta se utilizó **la técnica de la entrevista estructurada**, *“Es aquella donde el asunto de conversación está definido o planificado, y se prepara de antemano las preguntas que se hará al sujeto, dado que intenta recoger, de manera sistemática y precisa, más información concreta sobre los aspectos que se quieren explorar en forma fija y determinada”* (Et alt, pág. 228).
- El análisis de revisión documental es la técnica que se utilizó para identificar las materias relacionadas con las pequeñas empresas, la RSE, su normativa, y la existencia de instituciones que promocionan y difunden estas acciones en nuestro país; y de la información contenida en manuales, memorias y documentos para su respectiva información sobre el Mundo, Latino América y Bolivia.

3.5. Instrumentos de Relevamiento de Información

Para la recolección de datos del presente trabajo de investigación, se acudió a las fuentes primarias y secundarias.

3.5.1. Información Primaria

La información primaria son los orígenes de toda la información del principal origen; por lo tanto esta información se obtiene a través de una investigación

⁴⁵ <http://www.emagister.com/curso-ciencias-sociales-investigacion-administrativas-academica/trabajo-campo-concepto-diseño>.



en relación directa con el sujeto de estudio, para el desarrollo de la investigación, es imprescindible recoger información de manera directa, lo cual implica utilizar la encuesta y la observación directa, a través de las técnicas de la entrevista estructurada. De esta manera, se citan los siguientes instrumentos aplicados en el presente trabajo.

- **Encuesta:** Realizadas a los propietarios de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de la Micro y Pequeña Empresa (FERMyPE) de la ciudad de El Alto, a través de la encuesta estructurada. (**ver Anexo 1**).

La encuesta se define como un procedimiento estandarizado para recabar información (oral o escrita) (Cea D' Ancona, en Yapu et al, 2006:249).

Entre sus principales características se destacan: que la información se obtiene mediante respuestas de los sujetos encuestados, por lo que cabe la posibilidad de que la información no refleje la realidad del tema que se investiga; se puede incorporar una gama de temas. Puede incluir aspectos objetivos (datos) y subjetivos (opiniones y actitudes), la información se recoge de forma estructurada. Se formulan las mismas preguntas en el mismo orden y a cada uno de los individuos de la muestra, lo que permite la comparación de los sujetos y cuantificadas mediante estadísticas y los resultados, en términos de margen de error responden directamente al proceso de diseño y aplicación. (Yapu, et al, 2006:249).

- **Observación directa:** A través de las entrevistas a los representantes de FERMyPE, a los presidentes de las asociaciones afiliadas a FERMyPE, y a los propietarios de la pequeña empresa. (**ver Anexo 2**).

Estas permiten observar en contacto directo al objeto de estudio, y al acopio de testimonios que permitan confrontar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.



La entrevista, es una técnica de investigación esto facilita un hilo conductor para mantener la entrevista en un eje central, lo que no implica que se direccionan las respuestas; al contrario, permite tener mayor oportunidad de que los entrevistados expresen libremente tópicos nuevos (en relación al central) que quizás no se hayan contemplado. Para el estudio se entrevistara a los propietarios de las pequeñas empresas.

3.5.2. Información Secundaria

Son aquellas que se caracterizan por haber pasado por diferentes etapas de transformación y modificación de su estado original, de esta manera se denomina datos de segunda mano y que generalmente están impresos en documentos escritos. Esta información es recopilada y documentada en documentos, libros, revistas, publicaciones e información legal que permitió el desarrollo satisfactorio del trabajo.

Entre las fuentes secundarias de consulta tenemos:

- Libros
- Revistas
- Monografías
- Manuales
- Ensayos
- Legislación y normas
- Registros
- Archivos Pdf y otros.

Capítulo IV

Resultados y Discusiones



CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIONES

En el presente capítulo se presenta el análisis y diagnóstico de la investigación realizada, donde los resultados permitieron identificar las condiciones actuales de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles del FERMyPE de la ciudad de El Alto, realizando un análisis de la situación actual respecto a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

4.1. Información Sistematizada

Existen diferentes maneras de sistematizar la información recolectada, pero para casi todas ellas, la información debe estar completamente o en su mayoría transcrita.

La información sistematizada presenta los resultados obtenidos con base en el trabajo de campo que se describió en el capítulo anterior, utilizando para ello encuestas a los propietarios de las pequeñas empresas de la ciudad de El Alto.

Las encuestas estructuradas sirvieron para recabar información sobre:

- El diagnóstico de la situación en que se encuentran las pequeñas empresas de la Ciudad de El Alto.

4.2. Resultados de la Encuesta

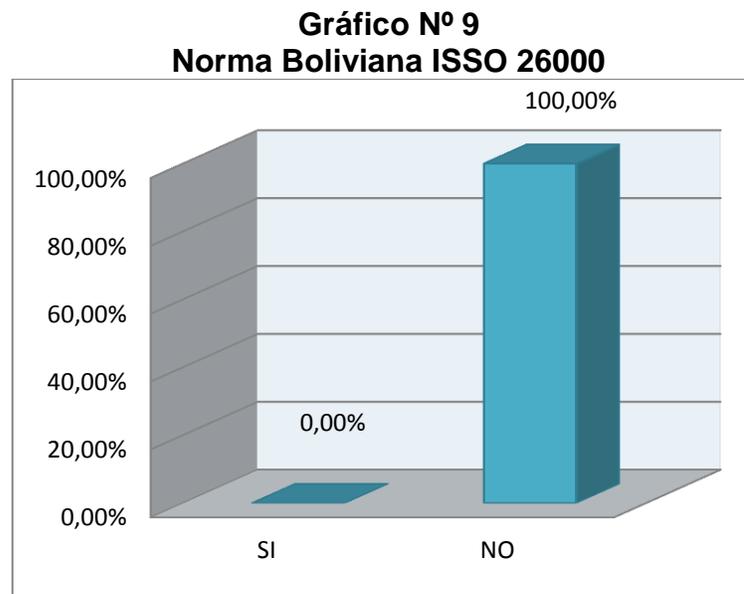
Con base en los métodos y técnicas utilizadas en la intervención se procesó toda la información recolectada de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas (FERMyPE) de la ciudad de El Alto. A continuación se muestran los resultados obtenidos:



4.2.1. Grado de conocimiento y aplicación de las pequeñas empresas en temas de RSE.

La determinación del grado de conocimiento y aplicación sobre la información que poseen las pequeñas empresas es de gran utilidad para el siguiente trabajo de información y considerando que “*Conocimiento es un conjunto de información almacenada mediante la experiencia o el aprendizaje (a posteriori), o a través de la introspección (a priori). En el sentido más amplio del término se trata de la posesión de múltiples datos interrelacionados, que al ser tomados por sí solo, poseen un menor valor cualitativo*”⁴⁶ y que “*Aplicación hace referencia a la acción y el efecto de aplicar o aplicarse (Poner algo sobre otra cosa, emplear o ejecutar algo, atribuir)*”⁴⁷, se llega a formular las siguientes preguntas:

Pregunta 1: ¿Conoce la Norma Boliviana ISSO 26000 de Responsabilidad Social Empresarial?



Fuente: Elaboración Propia con base a los resultados de la encuesta

⁴⁶ <http://definicion.de/conocimiento/>, 2013.

⁴⁷ <http://www.definicion.de/aplicación/>, 2013.



En el gráfico N° 9 se puede apreciar que todas las pequeñas empresas (100%) no conocen el contenido de la Norma boliviana ISSO 26000, la que se constituye como una guía en Responsabilidad Social con el objetivo de que sea aplicable a todo tipo de organizaciones, que decida voluntariamente conocer y aplicar la Responsabilidad Social. Llama la atención que sea el 100% de las pequeñas empresas que no conocen de esta Norma.

Siendo la Responsabilidad un tema nuevo en nuestra sociedad y más aún en el ámbito de las pequeñas empresas, es importante que hablar sobre el tema de la Responsabilidad social, es hablar de un cambio positivo.

Con el propósito de validar la respuesta sobre el desconocimiento de la Norma se concluye que el tema de RSE es todavía nuevo en las empresas y más aún en las pequeñas empresas. En Bolivia, la norma tiene 4 años desde su presentación y se lo toma como un tema reciente, “En noviembre del año 2010, IBNORCA presentó la ISO 26000:2010, Guía de Responsabilidad Social que se constituye en una herramienta de mucha utilidad para ayudar a las organizaciones a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones sobre Responsabilidad Social (RS). La Directora Regional de Iborca, menciona que la ISO 26000 es una norma de orientación voluntaria que no debe ser utilizada para la certificación, a diferencia de ISO 9001:2008 (gestión de calidad) e ISO 14001:2004 (gestión ambiental) que pueden ser utilizadas para la certificación, porque esta norma no establece requisitos que puedan ser certificables, plantea directrices de qué aspectos debe tomar en cuenta la organización para ser responsable” (RSE en la actividad empresarial, 2011)

Con el propósito de validar las respuestas de los propietarios de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles respecto al conocimiento de la Norma ISSO 26000 de Responsabilidad Social



Empresarial, se incorporó una pregunta como estrategia que promueve de manera efectiva la aplicación de la RSE.

Pregunta 2: ¿Usted considera que el contenido de esta norma contribuye al desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial en su empresa?

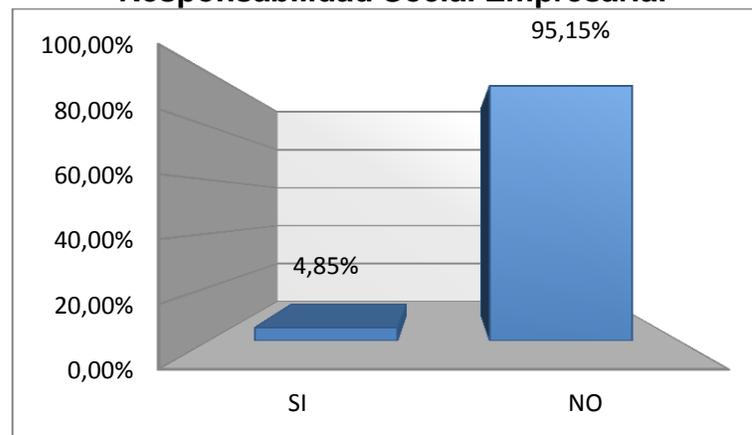
Tomando en cuenta que la respuesta de los propietarios de las pequeñas empresas a la pregunta N° 3 fue el 100% No (No conocen de la norma), no se toma en cuenta la Pregunta N° 4 y se pasó a la pregunta N° 5.

Pregunta 3: ¿Aplica el concepto de Responsabilidad Social Empresarial en su Empresa?

Considerando el siguiente concepto de Responsabilidad Social Empresarial:

“La Responsabilidad Social Empresarial se refiere a las acciones que toda unidad productiva debe llevar adelante para trabajar en conjunto con sus empleados, sus familias, el gobierno y la sociedad civil para garantizar la sostenibilidad del desarrollo y el acceso a una calidad de vida digna.; La RSE es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programas; La RSE es una iniciativa de carácter voluntario”.

Gráfico N° 10
Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Elaboración Propia con base en los resultados de la encuesta



En el gráfico N° 10 se puede apreciar que en más del 95% de las pequeñas empresas NO aplican el concepto de RSE, llama la atención que sólo el 4,85% de las pequeñas empresas aplican la RSE.

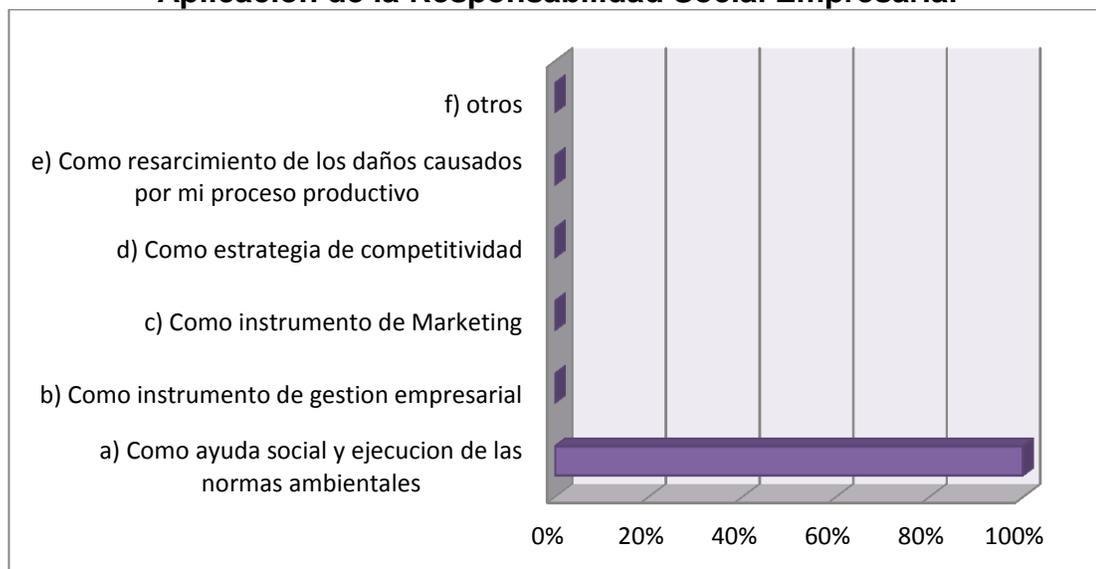
Estos resultados nos dan a conocer que hay un desconocimiento sobre la temática de RSE, y los propietarios de las pequeñas empresas que si aplican la RSE afirman que es un tema muy nuevo en nuestra sociedad.

Con el propósito de validar las respuestas de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles respecto a la aplicación del concepto de Responsabilidad Social, se incorporó preguntas como estrategia que promueve de manera efectiva la aplicación de la RSE.

Para el siguiente gráfico solo se toma en cuenta el 4,85% que afirmaron que **SI** aplican el concepto de Responsabilidad Social, siendo el 100% para el resultado para las siguientes preguntas.

Pregunta 4: ¿Cómo aplica su empresa el concepto de Responsabilidad Social Empresarial?

Gráfico N° 11
Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Elaboración Propia con base en los resultados de la encuesta



En el gráfico N° 11 se puede apreciar que las pequeñas empresas que **SI** aplican el concepto Responsabilidad Social Empresarial, Consideran que aplican el concepto de RSE como ayuda social y ejecución de las normas ambientales en un 100%.

Los resultados nos dan a conocer que la RSE no se lo aplica de forma correcta y esta debería de ser usada como una herramienta de gestión empresarial y como una fuente de generación de ventajas competitivas. Es así que todavía se tiene una aplicación errónea en las pequeñas empresas.

Dentro del estudio realizado a través de las pequeñas empresas que **SI** aplican el concepto de RSE, las siguientes preguntas ayudaron a determinar los siguientes resultados:

Pregunta 5: ¿Qué programas y/o actividades respecto a Responsabilidad Social Empresarial ha realizado su empresa?

Las actividades respecto a RSE que realizan las pequeñas empresas que **SI** aplican el concepto de RSE son:

- ✓ El 100 % de las pequeñas empresas mencionan que realizan Donaciones: Apoyo a programas de Televisión y radio para personas necesitadas, Apoyo económico y material en las zonas.

En todo caso, la donación es la principal actividad entre los propietarios de las pequeñas empresas y la comunidad, lo que refleja una comprensión todavía pobre de la RSE como mera filantropía. *“El término de Filantropía significa “Amor al género humano”, es decir, el apoyo o ayuda desinteresada que se brinda a la humanidad por sí misma, sin pedir nada a cambio. De forma práctica, todas aquellas iniciativas bajo forma de ayuda que consideren donaciones y actividades no lucrativas son acciones filantrópicas. La RSE es entonces una acción de compromiso responsable con la actividad que lleve a cabo la organización. No es una obra desinteresada de amor al*



*prójimo sino una diligencia consensuada destinada a mejorar la calidad de vida del conjunto de grupos de interés beneficiados en la misma incluida la organización que la promueve*⁴⁸.

Con el propósito de validar la respuesta y ayuda a tener un panorama más claro de que la RSE todavía se lo toma como una filantropía, se hace referencia a lo que menciona la Revista Nueva Economía, Menciona, *“Pienso que aún falta que todos entendamos bien de qué se trata la RSE, porque todavía hay gente que la concibe como filantropía, como sólo regalar y donar, lo que lamentablemente genera la cultura de “estirar la mano”, que es lo peor que le puedes hacer a un país. Debemos generar condiciones, dar herramientas que sean sostenibles para mejorar la calidad de vida de la población, esto se logra a través de programas y proyectos de RSE y no acciones esporádicas o pequeñas intervenciones que no tengan sostenibilidad ni nos permitan medir el impacto o tener indicadores. Las empresas deben invertir en lo que mejor saben hacer, y así la RSE se comenzaría a ordenar por rubros y sectores y las empresas se podrían “especializar” por intervenciones como ser: tecnología, micro producción, negocios inclusivos, etc., lograr alianzas público-privadas e involucrar a la comunidad, de manera que todos sepan a qué empresa recurrir para un determinado tema*⁴⁹.

Un punto que se debe tomar en cuenta es que la mayoría de las pequeñas empresas no tiene un conocimiento exacto de la Responsabilidad Social Empresarial y la confunden como una filantropía a sus acciones.

Pregunta 6: ¿Señale las ventajas y/o desventajas que ofrece la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en su empresa?

Las respuestas que señalaron las pequeñas empresas fueron:

⁴⁸ <http://www.apnad.org/filantropia-vs-rse/>, 2013.

⁴⁹ RSE en la Actividad Empresarial. (2011).



Ventajas:

- ✓ El 100 % de los propietarios que si aplican la RSE afirman que el reconocimiento y buena imagen de la Empresa.

“La Imagen se encuentra estrechamente vinculada con las actitudes de los individuos hacia una cosa, persona u organización, ya que una actitud es una tendencia o predisposición, adquirida y relativamente duradera, a evaluar de un modo determinado a una persona o situación y actuar en consecuencia con dicha evaluación” (Vander Zarden, 1989: 199).

Esto se debe a que la mayoría de las pequeñas empresas tienen una idea errónea del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, pues la interpretan como caridad, cuando de lo que se trata es de construir en conjunto mejores condiciones para los trabajadores de la empresa.

Hay varias ventajas que se generan gracias a la incorporación y aplicación de la RSE, según investigación de Eliana Pimentel Rojas en su documento Línea Base de Responsabilidad Social Empresarial afirma que *“Las empresas que han incorporado la variable social ecológica y de derechos humanos en sus estrategias empresariales han reconocido que gracias a la RSE han ganado prestigio, una mejor imagen de la marca, confianza de los clientes y proveedores, motivación y lealtad del personal, mayor competitividad, calidad, rentabilidad, comprensión y apoyo de la comunidad, reputación internacional y calificación frente a mercados comerciales y financieros y, finalmente, permanencia en el mercado a mediano y largo plazo”.*

Desventajas:

- ✓ El 20% de las pequeñas empresas señala que la comunidad requiere que se hagan actividades de apoyo social por más veces en el año.



Es así que, pocas de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles están iniciando sus actividades en relación con la RSE, sin embargo falta mucho para que esto tenga una aplicación como una herramienta de gestión empresarial y llegar a tener un mayor impacto en la sociedad.

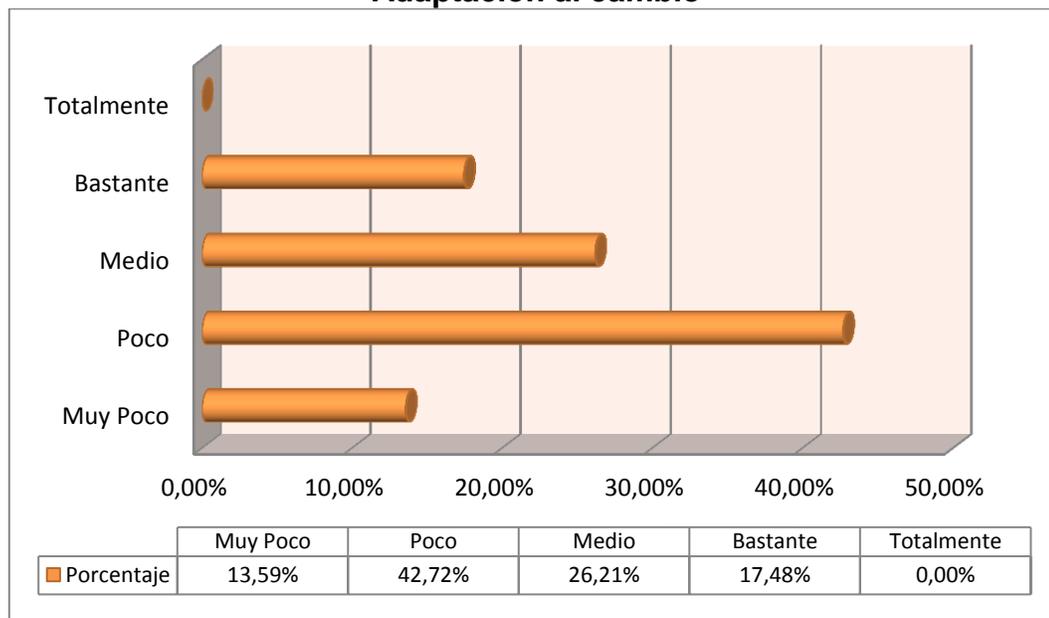
4.2.2. Dimensión Económica

Respecto a la dimensión económica se tiene los siguientes resultados:

Pregunta 7: ¿En qué medida se permite que los trabajadores tengan participación en la toma de decisiones de su empresa?

Respecto a la adaptación al cambio se tiene los siguientes resultados, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico N°12
Adaptación al cambio



Fuente: Elaboración Propia con base en los resultados de la encuesta

Respecto de la adaptación al cambio se tiene que los trabajadores tienen en su mayoría poco acceso a las toma de decisiones, un 26.21% en un nivel medio y 17.48% bastante. Los datos al estar concentrados en su mayoría en

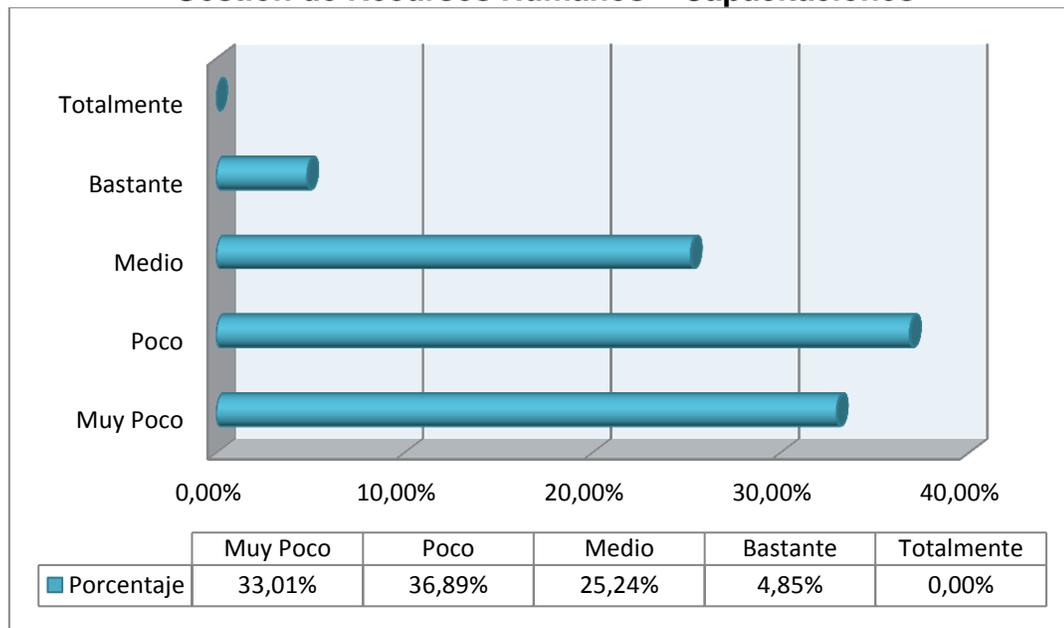


los niveles poco a medio indican que existen deficiencias en este aspecto, posiblemente porque los propietarios de las pequeñas empresas no consideran necesario que los empleados tengan acceso a las decisiones o simplemente no tienen formación académica alta.

Pregunta 8: ¿En qué medida desarrolla programas de capacitación para la promoción profesional de los trabajadores de su empresa?

Respecto a la gestión de recursos humanos se tiene los siguientes resultados, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 13
Gestión de Recursos Humanos – Capacitaciones



Fuente: Elaboración Propia con base en los resultados de la encuesta

Del gráfico anterior se observa que una mayoría (37%) busca poco el desarrollo de sus empleados con equidad, un 33% lo efectúa muy poco y un 25 % lo hace de manera media. Los datos al estar concentrados en los niveles de muy poco a medio indican que se tiene falencias en este aspecto posiblemente por las dificultades económicas que se tiene para financiar



capacitaciones y las oportunidades son pocas respecto de promociones, ya que las pequeñas empresas tienen pocos niveles jerárquicos.

El problema radica en la poca o casi ningún interés que le pone al tema de capacitación y mejora del rendimiento del personal, esto puede deberse a varios factores, una poca disponibilidad de recursos, o simplemente porque la mano de obra es más barata tal y como está, por lo que es mejor para el empresario, mantener niveles y perfiles bajos para su planta trabajadora.

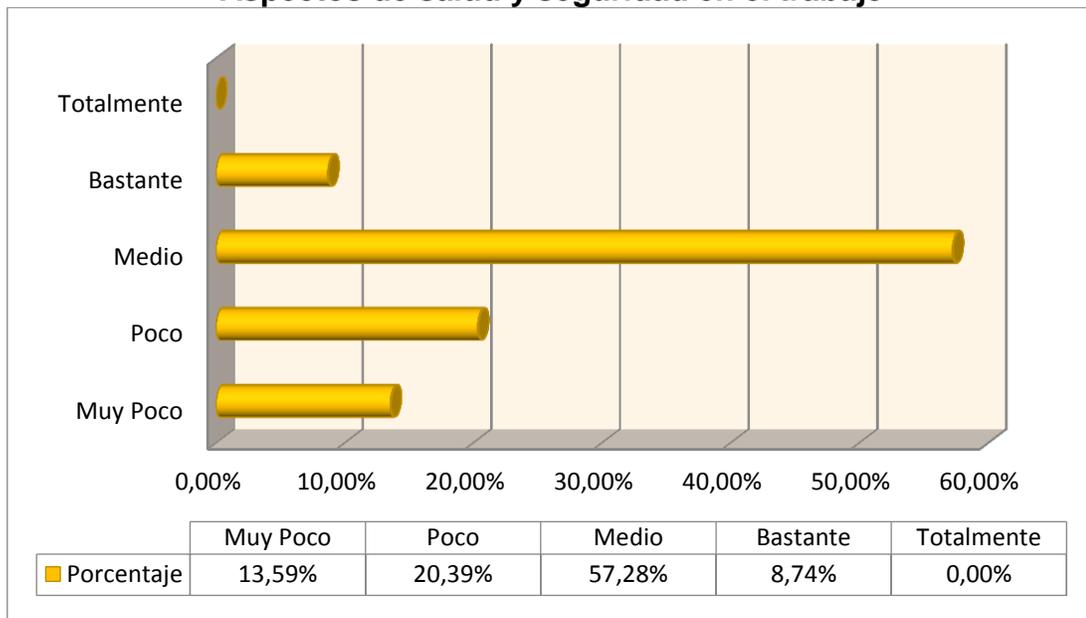
4.2.3. Dimensión Social

Respecto a la dimensión social se tiene los siguientes resultados:

Pregunta 9: ¿En qué medida se desarrolla e implementa una política de salud y seguridad en su empresa?

Respecto de los aspectos de salud y seguridad en el trabajo se tiene los siguientes resultados, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 14
Aspectos de salud y seguridad en el trabajo



Fuente: Elaboración Propia con base en los resultados de la encuesta



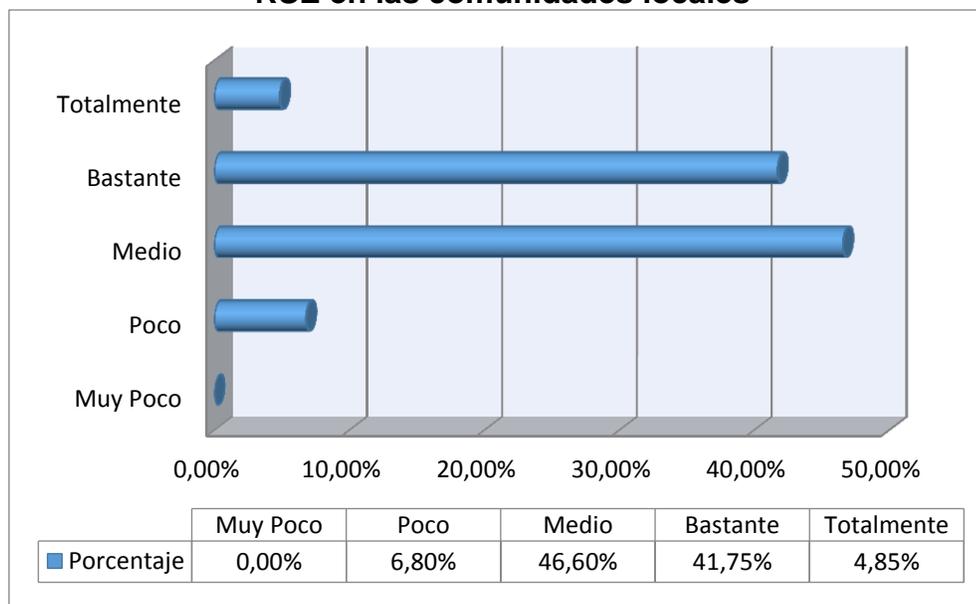
En relación a los aspectos de salud y seguridad en el trabajo se tiene que el 57% lo aplica medianamente, un 20% lo aplica poco y un 14% lo aplica muy pocas veces. Los datos al concentrarse principalmente de medio a muy poco implican que se tienen falencias en estos aspectos posiblemente porque las organizaciones estudiadas carezcan o desconozcan estas políticas de salud y seguridad que mejoren el desempeño.

En este punto hay que ser muy cautelosos con los datos obtenidos, las empresas en su mayoría si prestan el seguro médico a sus trabajadores, esto se debe principalmente a que están obligados por Ley del Estado, por eso la calidad de atención es media, ya que las gerencias no están interesadas en dar un servicio de calidad sino simplemente cumplir la ley.

Pregunta 10: ¿En qué medida ha buscado mecanismos para ayudar a las comunidades cercanas a su empresa?

Respecto de la RSE en las comunidades locales se tiene los siguientes resultados, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 15
RSE en las comunidades locales



Fuente: Elaboración Propia con base a los resultados de la encuesta

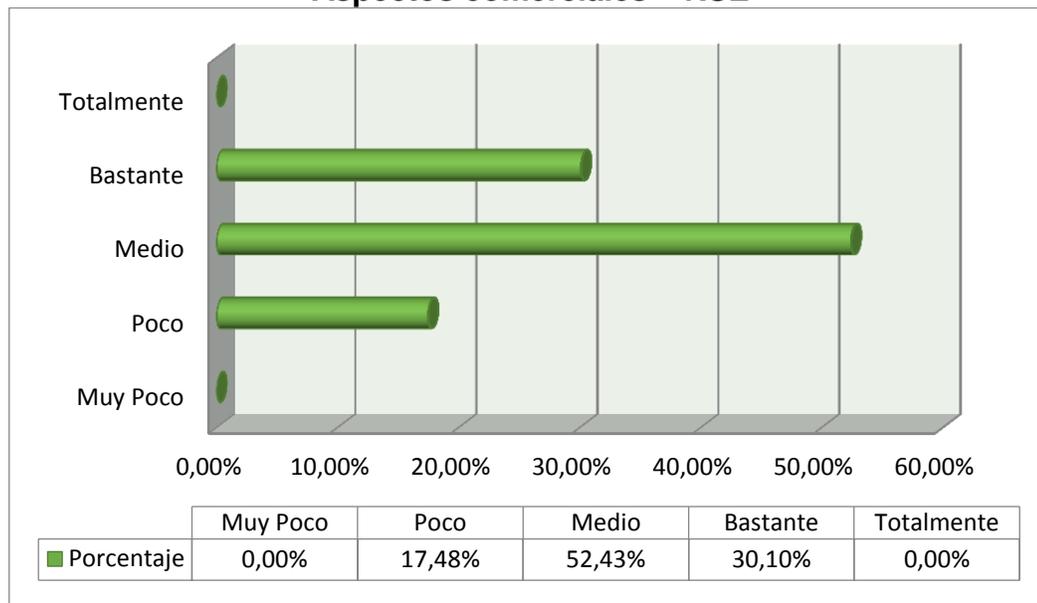


En relación con la RSE en las comunidades locales el 47% contribuye de alguna manera con su empresa local, un 42% lo hace bastante y un 7% poco. Los datos al concentrarse entre los niveles bastante y medio exponen que las empresas de estudio han buscado mecanismos para ayudar a las comunidades cercanas ya sea mediante campañas, reciclaje, ayuda solidaria, donaciones, apoyo con prendas de vestir a escuelas cercanas a la empresa, etc.

Pregunta 11: ¿En qué medida se implementa prácticas justas y responsables en su empresa?

Respecto a los aspectos comerciales se tiene los siguientes resultados, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 16
Aspectos comerciales – RSE



Fuente: Elaboración Propia con base a los resultados de la encuesta.

En relación con las prácticas justas, el 52% lo realiza medianamente, un 30% lo hace bastante y un 17% lo hace poco. Los datos al concentrarse en el nivel medio y bastante implican que el sector textil de estudio busca en su gran mayoría otorgar precios justos y contratos estables, pero es posible que



existan falencias en entregar puntualmente la mercadería, ya que es complicado para una empresa pequeña realizarlo por las dificultades tecnológicas que puedan llegar a tener.

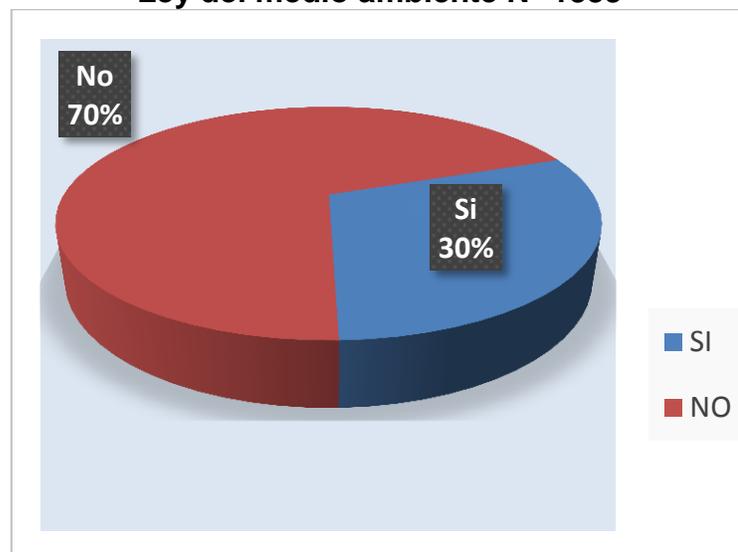
4.2.4. Dimensión Ambiental

Respecto a la dimensión ambiental se tiene los siguientes resultados:

Pregunta 12: ¿Conoce la ley del medio ambiente N° 1333?

Respecto a la ley del medio ambiente N° 1333 se tiene los siguientes resultados, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 17
Ley del medio ambiente N° 1333



Fuente: Elaboración Propia con base en los resultados de la encuesta

En el gráfico N° 17 se puede apreciar que hay un gran número de propietarios de las pequeñas empresas que desconocen de la Ley del Medio ambiente N°1333; Llama la atención que solo un 30,10% de las pequeñas empresas que fueron encuestas tengan el conocimiento de dicha ley y un 69,90 % que desconoce de la Ley del medio ambiente.



La ignorancia no exime del cumplimiento de la ley, esto nos indica que el desconocimiento o ignorancia de la ley no sirve de excusa porque desde su publicación tiene carácter obligatorio. El desconocimiento de la ley no exime de la responsabilidad. *“El desconocimiento de la ley ¿exonera de cumplirla? No, y esto es un principio del derecho, el Estado para su cumplimiento debe publicar la ley, esto es, hacerla del conocimiento público, por lo tanto se considera que no es ignorancia sino negligencia”*⁵⁰

No solo hay negligencia por parte de las empresas sino también de la sociedad. *“La contaminación del agua, la tierra, el aire, ruidos excesivos, malos olores, aguas servidas, etc., la relación de la industria con el ambiente y el entorno urbano se constituyen en los problemas actuales de la sociedad tanto de la ciudad de La Paz como la de El Alto, siendo esta última la que registra la mayor cantidad de industrias”*⁵¹.

Con el propósito de validar las respuestas de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles respecto al conocimiento de la ley del Medio ambiente N° 1333, se incorporó una pregunta como estrategia que promueve de manera efectiva la aplicación de la RSE.

Para el siguiente gráfico solo se toma en cuenta el 30,10% que afirmó que **SI** conocen la Ley del Medio ambiente, siendo el 100% para el resultado de la siguiente pregunta:

Pregunta 13: ¿Usted considera que aplicar el reglamento para la prevención y control ambiental de la ley N° 1333, es suficiente para que una empresa sea responsable?

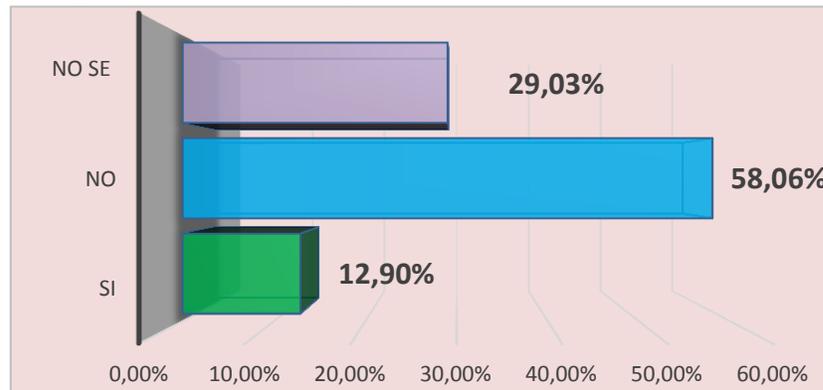
Respecto a la aplicación de La Ley de Medio Ambiente N° 1333 se tiene los siguientes resultados, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico:

⁵⁰ <http://Areycarballo.blogspot.com/2010/11/el-desconocimiento-de-la-ley-exonera-de.html?m=1/>, 2010

⁵¹ Ministerio de Desarrollo Económico, 2014



Gráfico N° 18
Aplicación de la Ley del Medio Ambiente N° 1333



Fuente: Elaboración Propia con base en los resultados de la encuesta

En el gráfico N° 18 se puede apreciar que las pequeñas empresas que **SI** tienen conocimiento de la ley N° 1333, consideran en un 58,06% que **NO** es suficiente el aplicar el reglamento para la prevención y control ambiental para que una empresa sea socialmente responsable, Un 12,90% **SI** considera que es suficiente y un 29,03% No sabe y no responde acerca de la pregunta.

Estos resultados nos demuestran que a pesar que hay un pequeño porcentaje de propietarios de las pequeñas empresas que conocen la ley del medio ambiente no da el cumplimiento y ni la aplicación de esta ley.

“Responsabilidad es un valor que está en la conciencia de la persona que le permite reflexionar, administrar, orientar y valorar las consecuencias de sus actos, siempre en el plano de lo moral Una vez que pasa al plano ético (puesto en práctica), se establece la magnitud de dichas acciones y de cómo afrontarlas de la manera más positiva e integral para ayudarla en un futuro”⁵².

El cumplimiento de la responsabilidad por parte de cada empresa es un compromiso ético, moral y social pues es desde el cumplimiento de ésta, como se contribuye al fortalecimiento y/o recuperación del tejido social y a la construcción de lo que se conoce como capital social.

⁵² <http://es.m.wikipedia.org/wiki/responsabilidad/>, 2013.



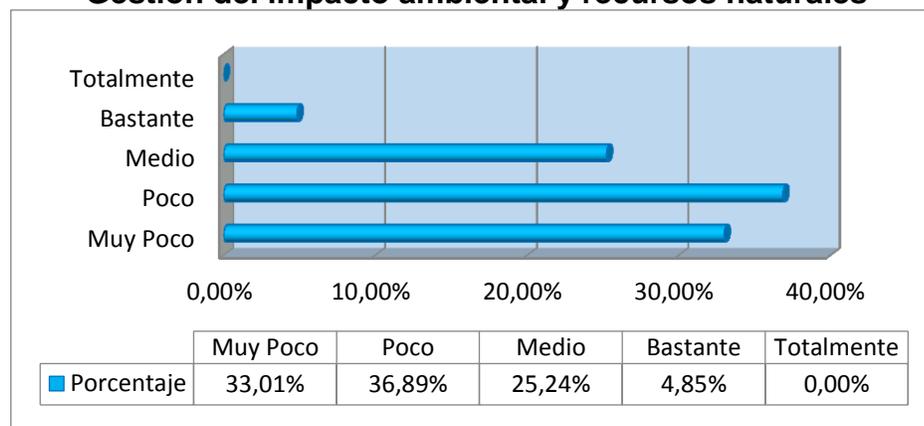
El accionar no responsable de los responsables de las empresas se constituye en uno de los factores que ocasionan problemas ambientales en nuestro medio, el sector productivo genera impactos en el ambiente debido a las actividades que realizan estas. La preocupación por estos temas ambientales está despertando el interés por parte de las industrias en forma gradual y además surge el compromiso de respetar el ambiente, enmarcado en la responsabilidad social como parte de la gestión empresarial.

De acuerdo con el estudio realizado se tiene un gran número de pequeñas empresas que desconocen esta ley, siendo un gran problema, un claro ejemplo en la ciudad de El Alto es que hay un gran número de empresas de diferentes rubros que no presentan informes, ni cuentan con manifiestos ambientales que garanticen que no contaminan el ambiente, lo que se constituye en un riesgo para los diferentes ecosistemas y para la salud pública. (ANEXO 3).

Pregunta 14: ¿Se cuenta con una política adecuada para ahorrar recursos y disminuir un impacto ambiental severo?

Respecto a la gestión del impacto ambiental y recursos naturales se tiene los siguientes resultados, tal y como se puede ver en el siguiente gráfico:

**Gráfico N° 19.
Gestión del impacto ambiental y recursos naturales**



Fuente: Elaboración Propia con base en los resultados de la encuesta.

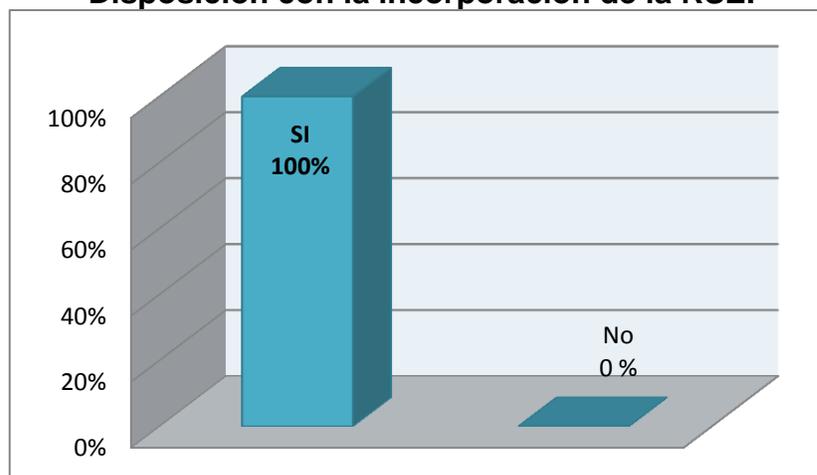


Del cuadro anterior se observa que el 37% fomenta escasamente el impacto del medio ambiente mediante normas o políticas en relación a sus recursos o desechos, un 33% muy poco y un 25.24% lo hace medianamente. La información al concentrarse mayormente en los niveles poco y muy poco exponen que no se tiene una cultura al menos internamente de coadyuvar a preservar el ambiente posiblemente porque se desconocen de los beneficios, no se ha previsto su desarrollo o simplemente los costos para darle curso son insuficientes para las empresas estudiadas.

Estos resultados se deben a que tanto los niveles jerárquicos como los mandos medios y los trabajadores manuales, desconocen normativas sobre el cuidado del medio ambiente, por lo que al realizar esta pregunta los encuestados se mostraron un tanto sorprendidos al respecto.

Pregunta 15: ¿Está de acuerdo con la incorporación de Políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la competitividad de su empresa?

Gráfico N° 20
Disposición con la incorporación de la RSE.



Fuente: Elaboración Propia con base en los resultados de la encuesta

El gráfico N° 15 demuestra que el 100% de las pequeñas empresas están de acuerdo con la incorporación de la RSE. Estos resultados nos dan a conocer



que si hay una disposición de aplicar esta herramienta y nos permite al presente trabajo de investigación desarrollar políticas y estrategias de RSE para las pequeñas empresas.

Siendo la Responsabilidad un tema nuevo en nuestra sociedad y más aún en el ámbito de las pequeñas empresas, es importante que hablar sobre el tema de la Responsabilidad social, es hablar de un cambio positivo. Muchas de las empresas que aplican estos instrumentos hablan de un cambio positivo en sus empresas, uno de los casos más brillantes de aplicación de la RSE es la de SOBOCE (**ANEXO 4**).

La RSE es un compromiso voluntario que realizan las empresas con la sociedad. De esa manera la práctica de la RSE se constituye en una fuente de ventaja competitiva en el corto y largo plazo. Dicho de otra manera, así como hace aproximadamente unos cincuenta años las empresas desarrollaban sus actividades sin necesidad de contar con un departamento de marketing o que hace unos treinta años las empresas no tomaban muy a fondo los criterios de calidad; en la actualidad, una empresa que no incorpore las preocupaciones sociales, laborales, ambientales y de derechos humanos como parte de la estrategia empresarial seguramente está poniendo en riesgo su sostenibilidad en el mercado.

Al ser la RSE un compromiso voluntario por parte de las empresas, estas no están obligas a implementarla, sin embargo el compromiso con la sociedad debe ser cumplido y respetado por las empresa, es lo que se viene a llamar “moral empresarial”

4.3. Resultados

Luego del análisis de la información precedente se llegó a los siguientes resultados.



- ✘ La mayoría de las pequeñas empresas desconoce de la Ley del Medio Ambiente N° 1333 y la Norma ISSO 26000 de Responsabilidad Social Empresarial.
- ✘ La mayoría de las pequeñas empresas no tiene un concepto preciso de RSE y lo toman como un tema nuevo en el ámbito empresarial. Por lo cual se **desconoce del alcance y significado de la RSE** en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles.
- ✘ Las pequeñas empresas que si tienen una idea sobre la Responsabilidad Social Empresarial no tienen un conocimiento exacto sobre el tema y la confunden como una filantropía a las acciones que realizan, Por ende reflejan una comprensión todavía pobre de la RSE.
- ✘ La RSE no se lo aplica de forma correcta y este debería de ser usada como una herramienta de gestión empresarial para la generación de ventajas competitivas. Es así que todavía se tiene una aplicación errónea en las pequeñas empresas.
- ✘ Las actividades de RSE en las pequeñas empresas son, en su mayoría, ocasionales (donaciones, y otros tipos de apoyo) y no forman parte de su estrategia empresarial: lo realizan de forma habitual cuando surge una ocasión concreta y cuando disponen de recursos para ello.
- ✘ Carencia de programas de capacitación para la promoción profesional de los trabajadores.
- ✘ Internamente, las empresas de estudio son débiles y presentan muchas falencias. Sin embargo, a nivel externo tiene muchas fortalezas ya que los resultados dan indicios de que las mismas buscan beneficiar a su comunidad o a sus clientes (Preguntas 7-14).

Capítulo V

Propuesta



CAPÍTULO V

PROPUESTA

En el presente capítulo, se presenta el diseño de políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector de confecciones textiles de la ciudad de El Alto, donde se desarrollan estrategias, métodos, técnicas, procesos y herramientas administrativas que carecían de su aplicación, coadyuvando, de esta manera, al mejoramiento óptimo de las pequeñas empresas.

Dicha propuesta ha sido elaborado considerando el marco teórico (capítulo II), los resultados obtenidos de la investigación de campo, las encuestas, entrevistas, necesidades y requerimientos específicos de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto (FERMyPE).

La RSE se constituye en un proceso, no en un resultado predeterminado. Proceso de escucha activa de los diversos grupos de interés. De este proceso y la identificación de los actores o grupos de interés se determinarán las acciones a realizarse en el marco de la RSE partiendo del establecimiento de políticas para diseñar estrategias y el plan de acción de RSE.

5.1. Objetivo de la Propuesta

El diseño que se plantea en el presente trabajo, tiene como objetivo principal de “Diseñar y Proponer políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector Confecciones Textiles asociadas a la Federación Regional de Micro y Pequeñas Empresas de la ciudad de El Alto (FERMyPE)”.



5.2. Esquema de la propuesta

El diseño está compuesto por 3 etapas, estas han sido elaboradas en base a herramientas administrativas que permitieron identificar las causas del problema y sus efectos.

A continuación se desarrollan las siguientes etapas:

- ❖ **Etapas I - Análisis de Datos**
- ❖ **Etapas II - Desarrollo**
- ❖ **Etapas III - Plan de Acción**

5.2.1. Etapas I - Análisis de Datos

Para un mejor planteamiento es necesario realizar un análisis *FODA* (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas), que permita formular estrategias de RSE para las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto.

En esta etapa se hizo la recopilación y análisis de datos mediante el análisis *FODA*, para identificar la situación interna y externa de las pequeñas empresas en temas de Responsabilidad Social Empresarial, llegando a la priorización y conciliación de las variables de la matriz *FODA*.

5.2.2. Etapas II – Desarrollo

Con la perspectiva de poder contribuir al desarrollo de la gestión empresarial se plantea como propuesta el diseño de políticas y estrategias orientadas a las acciones de RSE para las pequeñas empresas del sector confecciones textiles basados en los conceptos mencionados en el capítulo II del presente trabajo de investigación, para que el propietario de la pequeña empresa en función a los intereses sociales e intereses propios realice acciones de RSE exitosas generando mayor competitividad y demostrar que con su aplicación



la RSE sea considerada, en una acción superior a la filantropía ocasional, como un instrumento empresarial.

5.2.3. Etapa III - Plan de Acción

En esta etapa se realizó el diseño de las actividades, recursos, tiempo o frecuencia, indicadores y responsables, fundamentada en las distintas áreas de la etapa de la propuesta y que deben considerar las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto, para asegurar su sustentabilidad y sostenibilidad, de este modo mejorar la competitividad en el mercado.

Por otra parte, los responsables (propietarios de las pequeñas empresas) de las actividades deben promover y supervisar el desarrollo de la propuesta, por cuanto estos se constituyen en la pieza fundamental para el éxito. Los responsables deben fijar plazos para su ejecución, de otro modo sería ineficiente la implementación de la propuesta. Los tiempos previstos no deben exceder, puesto que las actividades resultarían ineficaces, para el objetivo que se quiere alcanzar.

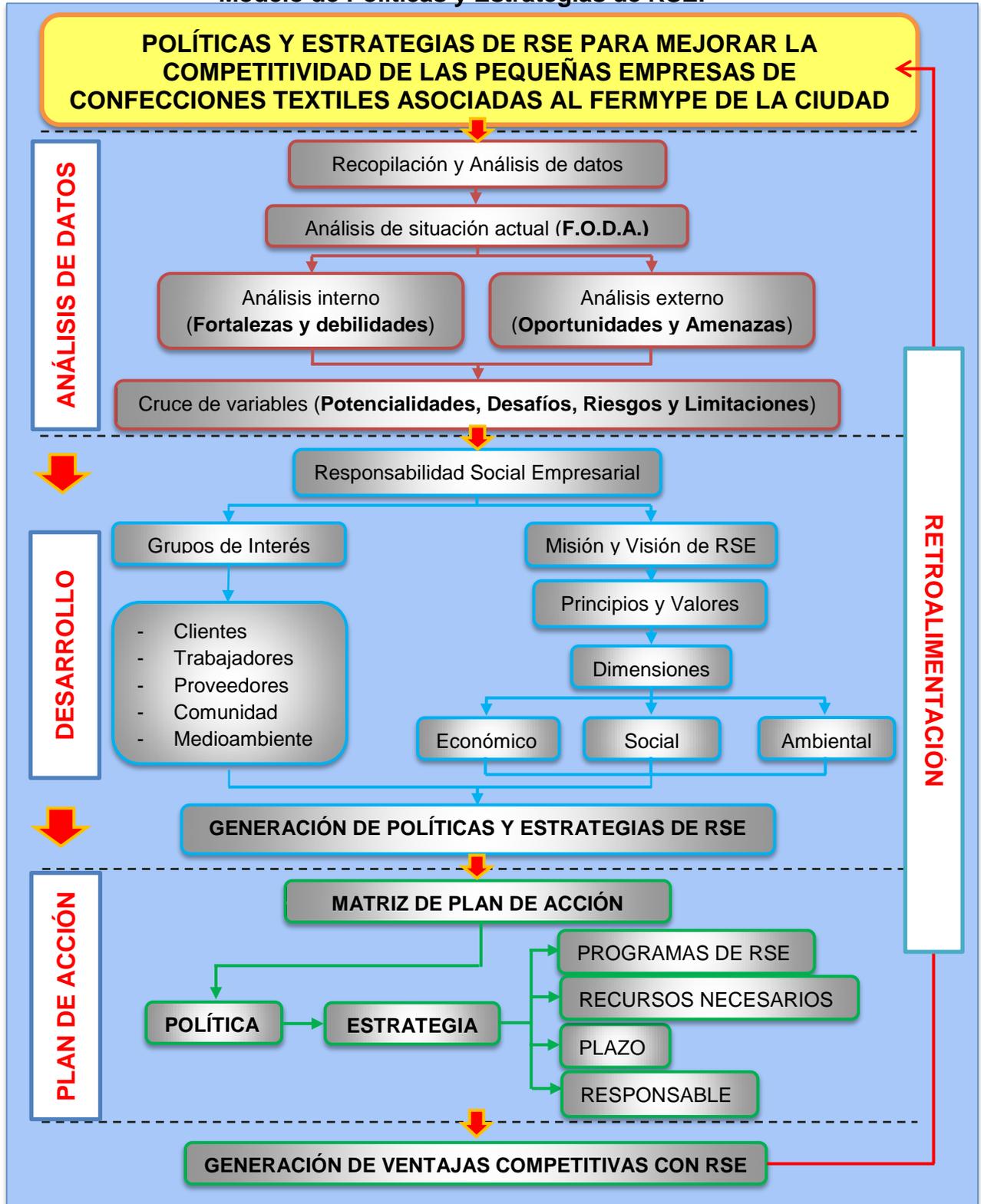
A continuación se plantea el modelo de propuesta con cada una de las etapas, en los que se desarrolla las acciones a realizar para el cumplimiento de los objetivos estratégicos del presente trabajo de investigación.

5.3. Desarrollo del Modelo de la Propuesta

Para el desarrollo general de la propuesta, se muestra el siguiente modelo tal y como se observa en el gráfico:



Grafico N° 21
Modelo de Políticas y Estrategias de RSE.





5.3.1. Etapa I - Análisis de datos

5.3.1.1. Análisis de situación actual (F.O.D.A.)

Con el análisis de situación se han identificado aquellos aspectos internos y externos (Análisis FODA) que pueden afectar o ayudar al cumplimiento del trabajo dirigido. El proceso llega a su etapa de establecer estrategias para lograrlo. A partir de la definición de objetivos, las estrategias indicarán como alcanzarlos y se concretarán en acciones mediante una programación anual, que indique actividades o programas, recursos, tiempo o frecuencia y responsables, fundamentada en las distintas áreas.

De acuerdo con el análisis realizado se llegó a identificar las fortalezas oportunidades, debilidades y amenazas que conllevan a realizar las políticas y estrategias de RSE en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto, como se observa en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 4
Análisis de Fortalezas y Debilidades - F.O.D.A.

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none">✓ Predisposición para la realización de Políticas y estrategias de RSE por parte de los propietarios de las pequeñas empresas de confección textil.✓ Percepción positiva de la opinión publica respecto de las acciones realizadas en el marco de la RSE.	<ul style="list-style-type: none">✓ Propietarios de las pequeñas empresas de confección textil desconocen del alcance y significado de la RSE.✓ Desconocimiento de la Ley del medioambiente N° 1333 y Norma ISSO 26000 de RSE.✓ Carencia de programas de capacitación.

Fuente: Elaboración Propia con base al estudio de campo.



Cuadro N° 5
Análisis de Oportunidades y Amenazas - F.O.D.A.

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">✓ La RSE es un tema relativamente nuevo en las empresas de Bolivia.✓ La RSE considerada como factor de competitividad.	<ul style="list-style-type: none">✓ Confusión sobre el concepto y la aplicación que atenta a la gestión empresarial con RSE.✓ Las acciones de RSE pueden distraer a la empresa de sus principales actividades.

Fuente: Elaboración Propia con base al estudio de campo.

5.3.1.2. Priorización y Cruce de Variables

Producto de lo anterior, se formularon los objetivos y estrategias realizando el cruce de variables de la Matriz FODA donde se tendrá como resultado las **Potencialidades, Desafíos, Riesgos y Limitaciones** que pueden tener las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto, como se observa en el siguiente cuadro:



Cuadro N° 6
Cruce de Variables - FODA.

<p>FACTORES INTERNOS</p> <p>FACTORES EXTERNOS</p>	<p><u>FORTALEZAS INTERNAS (F):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Predisposición para la realización de Políticas y estrategias de RSE por parte de los propietarios de las pequeñas empresas de confección textil. ✓ Percepción positiva de la opinión pública respecto de las acciones realizadas en el marco de la RSE. 	<p><u>DEBILIDADES INTERNAS (D):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Propietarios de las pequeñas empresas de confección textil desconocen del alcance y significado de la RSE. ✓ Desconocimiento de la Ley del medioambiente N° 1333 y Norma ISSO 26000 de RSE. ✓ Carencia de programas de capacitación.
	<p><u>OPORTUNIDADES EXTERNAS (O):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ La RSE es un tema relativamente nuevo en las empresas de Bolivia. ✓ La RSE considerada como factor de competitividad. 	<p><u>Estrategia F.O.: (POTENCIALIDADES)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Formular políticas, estrategias y programas de RSE para mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles del FERMyPE.
<p><u>AMENAZAS EXTERNAS (A):</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Confusión sobre el concepto y aplicación que atenta a la gestión empresarial con RSE. ✓ Las acciones de RSE pueden distraer a la empresa de sus principales actividades. 	<p><u>Estrategia F.A.: (RIESGOS)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer políticas orientadas a buenas condiciones de seguridad laboral, mayores beneficios, desarrollo laboral y personal para los trabajadores. 	<p><u>Estrategias D.A.: (LIMITACIONES)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Consolidar alianzas estratégicas con instituciones que promuevan la difusión y concientización de la RSE.

Fuente: Elaboración Propia con base al estudio de campo



5.3.2. Etapa II – Desarrollo

5.3.2.1. Producción del sector Confecciones Textiles

5.3.2.1.1. Confección

La confección es una actividad imprescindible para la elaboración de prendas de vestir y otros productos, se refiere al proceso de manufacturación de un producto y para su elaboración se requiere de materia prima como: maquinaria, telas, botones, etiquetas, cierres, hilos, y otros insumos para la producción del producto final.

5.3.2.2. Grupos de Interés de las Pequeñas Empresas del Sector Confecciones Textiles

Las pequeñas empresas deben identificar sus propios grupos de interés. En cualquier caso, y al margen de cómo se clasifiquen, generalmente se conocen al menos a los siguientes grupos de interés como principales de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles:

- Propietarios
- Clientes
- Trabajadores o Empleados
- Proveedores
- Medioambiente
- Comunidad

5.3.2.3. Desarrollo de la Cultura Empresarial

Para el desarrollo de la cultura empresarial de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles se presenta la primera propuesta de Políticas y estrategias de RSE tal y como se ve en el siguiente cuadro:



Cuadro N° 7
Políticas y estrategias de RSE – Cultura Empresarial

ACTOR / GRUPO DE INTERÉS	POLÍTICA	ESTRATEGIA	
PROPIETARIO / GERENTE GENERAL	Practicar acciones de RSE como parte de la gestión empresarial.	Crear una cultura empresarial hacia acciones de RSE.	
<p>“Ser socialmente responsable es atender a las expectativas sociales, con transparencia, manteniendo la coherencia entre el discurso y la práctica”.</p>			

En el desarrollo de la cultura empresarial se formuló la **Visión**, donde se describe la situación futura que desean tener las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto, teniendo como propósito guiar, controlar y apoyar a las pequeñas empresas en su conjunto para alcanzar el estado deseable de las mismas, y que va acorde con la misión; la **Misión** que define la razón de ser de las pequeñas empresas, que otorga un sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas enmarcados en **Principios y Valores Éticos**.

5.3.2.3.1. Misión y Visión

Cuadro N° 8
Misión y Visión – Cultura Empresarial

<p style="text-align: center;"><u>MISIÓN</u></p> <p>“Diseñar, producir y comercializar prendas de vestir de la más alta calidad, con diseños exclusivos, de acuerdo con gustos y tendencias del mercado, comprometida a ser una empresa, innovadora y competitiva que fortalezcan al desarrollo sostenible de nuestra región y el país, a través de una gestión transparente.</p>
<p style="text-align: center;"><u>VISIÓN</u></p> <p>“Ser una empresa reconocida en el mercado Nacional en confecciones de prendas de vestir de alta calidad”.</p>



Es muy importante que se definan la misión, visión, principios y valores de la empresa que orientarán el quehacer cotidiano y futuro de la empresa bajo principios de RSE.

5.3.2.3.2. Valores y Principios Éticos

Al tener una conformación de trabajo familiar, las pequeñas empresas del sector confecciones textiles asociadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto, son empresas que tienen un conjunto de principios y valores en la toma de decisiones de sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios se constituyen en los ideales y creencias que sirven como marco de referencia en la toma de decisiones organizacionales. Los valores y principios que se proponen se pueden sintetizar en 3 grupos:

Cuadro N° 9
Valores y Principios Éticos – Cultura Empresarial

De las pequeñas empresas	Transparencia, integridad, solidez, liderazgo en el carácter emprendedor para el desarrollo, buenas prácticas empresariales, ética, compromiso con la seguridad y el medio ambiente.
De los empleados	Capacidad de adaptación a las exigencias de trabajo, confidencialidad, lealtad, trabajo en equipo, honestidad y responsabilidad.
Del producto	Calidad en el producto, precio accesible, Responsabilidad (cumplimiento en plazos, cumplimiento a la demanda de sus clientes), y Capacidad de generación de fuentes de empleo directo e indirecto.

5.3.2.4. Dimensiones de RSE en las Pequeñas Empresas del Sector Confecciones Textiles

La RSE implica un desarrollo equilibrado en tres grandes dimensiones: económica, social y ambiental.



Cuadro N° 10
Dimensiones de RSE

ECONÓMICO	De operación y funcionamiento	Las pequeñas empresas del sector confecciones textiles deben cumplir todos los requisitos y normas que regulen su Operación y Funcionamiento, Tales como: Laborales, tributarios, obtención de permisos y licencias de funcionamiento, entre otros.
	De la competencia	Las pequeñas empresas del sector confecciones textiles deben fomentar un comportamiento competitivo de respeto, respetar los derechos de propiedad (Patentes), y recibir u ofrecer pagos para obtener ventajas competitivas desleales, entre otros.
	De transparencia	Las fuentes de los recursos económicos de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles deberán ser claramente identificables y provenientes de actividades lícitas. Al igual, su destino final no podrá orientarse a actividades fuera de la ley.
	Rendición de cuentas a las partes interesadas (Grupos de interés).	Las pequeñas empresas han de corresponder a la confianza depositada en ellas por la sociedad y sus partes interesadas. Por lo tanto, tendrán la responsabilidad de: <ul style="list-style-type: none">• Proporcionar información veraz y relevante que responda a las necesidades y requerimientos de las partes interesadas.• Atender las solicitudes, sugerencias y reclamaciones de las partes interesadas.



SOCIAL	Las pequeñas empresas deben cumplir con las normas que garanticen el cumplimiento de la función social, la formación profesional, el bienestar, la seguridad social y salud en el trabajo. Además de cumplir con los tratados relativos a los Derechos humanos, así como los derechos fundamentales en el trabajo.
AMBIENTAL	Las pequeñas empresas del sector confecciones textiles deben observar las obligaciones contenidas en la ley del medio ambiente N° 1333 y aquellas derivadas de las normas, licencias, permisos, concesiones, resoluciones, autorizaciones y demás actos administrativos por la autoridad ambiental competente, necesarias para el buen manejo de los recursos naturales renovables y para la prevención, mitigación, corrección y compensación de los efectos e impactos nocivos que generen los productos.

5.3.3. Etapa III – Plan de Acción

La RSE es un diferente marco de relación que compromete a varios sectores, estamos hablando de acciones que deben formar parte de la estrategia y del proceso productivo y, por lo tanto, integradas tanto en la política de las pequeñas empresas como en su cultura.

El sector confecciones textiles vienen aplicando prácticas de RSE de forma habitual y ligada a su quehacer diario, aún sin conocer el concepto y sin llamarlas por ese nombre.

Por lo expresado en el párrafo anterior, dichas prácticas deben ser refrendadas por la FERMyPE a través de instrumentos referidos a la normativa de la institución, es decir se debe incorporar al reglamento interno de la mencionada institución, para que sea de práctica obligatoria.



5.3.3.1. Formulación de Políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial

La presente propuesta de Política de Responsabilidad Social Empresarial se basa en los siguientes puntos importantes:

Gráfico N° 22
Fases de la Propuesta de Responsabilidad Social Empresarial



5.3.3.1.1. Trabajadores/Empleados: Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo

Cuadro N° 11
Políticas y estrategias de RSE – Trabajadores

ACTOR / GRUPO DE INTERÉS	POLÍTICA	ESTRATEGIA	
TRABAJADORES / EMPLEADOS	Brindar un buen ambiente de trabajo	Mejorar el ambiente de trabajo que reúna las condiciones favorables para un eficiente proceso de producción.	
<p>“Las empresas que valoran a sus empleados se valoran, en realidad, a si mismas. Una empresa socialmente responsable realiza acciones que van más allá del respeto de los derechos laborales”.</p>			

Un buen nivel de producción está sujeto a la influencia del ambiente de trabajo el cual debe reunir las condiciones favorables para ello, un ambiente



que reúna orden y estructura en cuanto a los procesos de producción, desde el ingreso de materia prima al producto de confección textil final.

Brindar al equipo de trabajo un ambiente que sea propicio a su desarrollo personal y profesional. Optimizar el ambiente físico y psicológico para que el bienestar del equipo se refleje en el trabajo realizado.

Las normas y procedimientos estarán diseñadas para proteger la integridad física y mental del equipo de trabajo. Además, los empleados deben contar con horarios flexibles de trabajo y apoyo a necesidades personales por ejemplo: permisos extra por maternidad, facilidad en el horario de padres con niños., etc.

Los trabajadores son parte imprescindible de las empresas su promoción y capacitación constante así como el apoyo moral que se les brinde en la solución de problemas personales que se les presente tendrá como recompensa la lealtad del trabajador con la empresa y un nivel de rendimiento superior al estimado logrando un nivel de producción alto para la pequeña empresa, por ende vender más prendas de vestir.

❖ Salud, Bienestar y Seguridad

Mantener Limpio y organizado el ambiente de trabajo: Trabaje para que todos mantengan limpio y organizado el ambiente de trabajo, cuidando la higiene, evitando riesgos a la salud y accidentes de trabajo.

Establecer los procedimientos para realizar un programa de limpieza en el área productiva con el fin de mantener un área libre de polvo, desorden y asegurar un área de trabajo limpio, saludable y seguro, proporcionando un trabajo más agradable para los empleados.



- **Limpieza en el área de confección.**
 - Tener pasillos despejados permitiendo un mejor flujo del producto donde los empleados no se topen con máquinas o insumos mal ubicados.
 - No almacenar elementos o material innecesarios que obstaculicen los movimientos de trabajo.
 - Tener un mejor puesto de trabajo donde las condiciones sean seguras y limpias, para facilitar sus actividades y evitar pérdidas de tiempo buscando herramientas o materiales.
 - Crear conciencia y responsabilidad en los operarios para que las actividades de limpieza y orden sean permanente en la empresa.
- **Procedimiento de limpieza**
 - Limpiar e inspeccionar las maquinarias utilizadas durante el turno.
 - Limpiar el puesto de trabajo. (Sacudir o limpiar las superficies de trabajo y guardar adecuadamente los objetos del puesto de trabajo).
 - Barrer los pasillos y recoger la basura.
- **Tareas de Limpieza Semanal**
 - Semanalmente se debe realizar una limpieza por dentro a todas las máquinas para retirar el polvo y las pelusas que esta puede tener adentro.
 - Adicionalmente se debe realizar una limpieza donde se encuentren almacenados los hilos y las hilazas.
 - Para la realización estándar de limpieza en el área de confección se tuvieron en cuenta las máquinas y sus respectivos muebles, mesas de trabajo, herramientas, hilos e hilazas, insumos (marquillas, tallas, encajes, cierres y botones) y en general el aseo de la planta. Es importante aclarar que



cada persona es responsable de la limpieza y orden de su área correspondiente.

Mantener la buena calidad del aire: Diversos estudios comprueban que la calidad del aire en el área interna del ambiente de trabajo usualmente es peor que la del área externa, pudiendo acarrear resfríos y otras enfermedades. Esto sucede también en predios comerciales, donde la circulación del aire es pobre y facilita el cúmulo de polvo, moho, etc.

Se debe certificar que todo el sistema de ventilación/aire acondicionado de la empresa está siendo inspeccionado y limpiado en intervalos regulares. El mantenimiento riguroso y periódico de las máquinas.

5.3.3.1.3. Clientes

En el desarrollo de clientes se formuló a siguiente política y estrategia, tal y como se ve en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 12
Políticas y estrategias de RSE – Clientes

ACTOR / GRUPO DE INTERÉS	POLÍTICA	ESTRATEGIA	
CLIENTES	Ofrecer información específica, correcta y justa sobre el producto.	Realizar campañas de información y escuchar la opinión del cliente.	
<p>“La empresa socialmente responsable ofrece calidad no solamente durante el proceso de venta, sino en toda su rutina de trabajo”</p>			

Otro de los actores principales son los Clientes; ellos esperan productos o servicios de calidad de las empresas, la estrategia empresarial será llevar adelante un programa de capacitación acerca de RSE, su concepto, sus prácticas, su naturaleza, su importancia, su impacto y sus beneficios. Será también una labor de marketing



para difundir la RSE y las practicas que la pequeña empresa lleva adelante en función de RSE. Los medios publicitarios para la comunicación e información de forma masiva de los productos en confecciones se realizarán a través de: medios gráficos (afiches, volantes, calendarios de bolsillo, banners publicitarios de oferta y descuentos y gigantografías), presentación y promoción de los productos en ferias especializadas en el rubro, tiendas, radio y publicidad en internet.

El desarrollar productos confiables en términos de calidad y seguridad, proveer instrucciones de uso e informar sobre sus riesgos y eliminar daños a la salud de los clientes serán acciones muy importantes, ya que la pequeña empresa del sector confecciones textiles producirá una buena imagen que será benéfico para mejorar la competitividad de la empresa.

Escuchar la opinión de los clientes en el sentido de mejorar la atención, los productos ofrecidos por la pequeña empresa será fundamental para mejorar la competitividad de la empresa, (Incentivar sugerencias y críticas constructivas).

Una de las estrategias también será buscar nuevas oportunidades comerciales alternativas para satisfacer las necesidades de grupos sociales específicos como prendas de vestir para: Embarazadas, ancianos, personas con capacidades diferentes, etc.

5.3.3.1.4. Desarrollo de proveedores

En el desarrollo de proveedores se formuló la siguiente política y estrategia, tal y como se ve en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 14
Políticas y estrategias de RSE – Proveedores

ACTOR / GRUPO DE INTERÉS	POLÍTICA	ESTRATEGIA	
PROVEEDORES	Trabajar con empresas que practiquen con RSE.	Exigir RSE a proveedores	



“Todo emprendimiento socialmente responsable debe establecer un dialogo con sus proveedores, siendo transparente en sus acciones, cumpliendo los contratos establecidos, contribuyendo para su desarrollo e incentivación a los proveedores para que también asuman compromisos de RSE”

La pequeña empresa del sector confecciones textiles al adoptar acciones de RSE en su funcionamiento también busca que sus proveedores asuman la RSE. Los productos que se requiera de los proveedores de la empresa, los cuales también son empresas, que se responsabilizan de sus productos.

Es importante divulgar los valores por la cadena de proveedores, empresas asociadas y servicios tercerizados. Se puede adoptar como criterio de selección de proveedores la exigencia de que los empleados de servicios tercerizados tengan condiciones de trabajo semejantes a las de los propios empleados.

5.3.3.1.5. Apoyo a la Comunidad

En el desarrollo para el siguiente grupo de interés se formuló a siguiente política y estrategia, tal y como se ve en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 14
Políticas y estrategias de RSE – Comunidad

ACTOR / GRUPO DE INTERÉS	POLÍTICA	ESTRATEGIA	
COMUNIDAD	Brindar apoyo a la comunidad en donde se encuentra insertada	Coadyuvar en la solución de problemas en la comunidad	

“La relación que tiene una empresa con la comunidad en la que se encuentra inserta, es uno de los principales ejemplos de la puesta en práctica de los valores con los cuales está comprometida”.



El respeto a las costumbres y a la cultura local, la colaboración en proyectos educativos, organizaciones comunitarias, son algunas de las acciones que demuestran el valor que la empresa brinda a la comunidad.

La empresa debe tomar conciencia de que no existe sola, existe una comunidad en la cual realiza sus operaciones y de la cual ha extraído sus fuerzas y oportunidades y son las comunidades locales, las cuales esperan la respuesta a problemas que les preocupa, la pequeña empresa adoptará la estrategia de apoyar a la comunidad donde se desenvuelve, en la solución de sus problemas. Este apoyo y solución en la comunidad local tendrá como respuesta la protección de la población y su fidelidad, factores con los cuales se está procurando la sostenibilidad de la empresa a través de ingresos de la misma población de las comunidades locales.

Como pequeñas empresas en confecciones textiles, ofrecer a instituciones gubernamentales, empresas privadas y público en general, productos de fino acabado utilizando estrategias comerciales ecológicas usando los medios electrónicos para su promoción. Estos productos permitirán llegar de manera óptima al público meta utilizando tecnologías de punta optimizando la experiencia para el cliente.

El crecimiento de las pequeñas empresas está ligado a la generación de empleo directo e indirecto, una buena relación con la comunidad le permitirá establecer políticas de participación en conjunto para un beneficio común.

El impacto social de cada una de las unidades en las comunidades donde se pretende tener presencia comprende la generación de empleo formal en una empresa con oportunidades de desarrollo constantes, una oferta de productos a precios bajos, que les permite economizar. Estos impactos se enriquecen gracias a un programa de apoyo comunitario alineado a la visión común del país, que permite dirigir las fortalezas del negocio en beneficio de



las comunidades y afirmar que se contribuye a mejorar la calidad de vida de las familias menos favorecidas en la ciudad de El Alto.

Se canalizará el apoyo comunitario contribuyendo a mejorar el desarrollo de distintas comunidades, a través de programas de concientización entre sus miembros y los miembros de la comunidad en su conjunto.

5.3.3.1.6. Protección del Medioambiente

Cuadro N° 15
Políticas y estrategias de RSE – Medioambiente

ACTOR / GRUPO DE INTERÉS	POLÍTICA	ESTRATEGIA	
MEDIOAMBIENTE	Respetar y preservar el medioambiente.	Realizar campañas de respeto y preservación del medioambiente.	
Desarrollar una gestión basada en la responsabilidad ambiental es buscar reducir las agresiones al medio ambiente y promover la mejora de las condiciones ambientales.			

Aunque la protección del medio ambiente es un tema que se encuentra en boga en la actualidad, existen actividades productivas que debido a su naturaleza y por los materiales que utilizan tienen un impacto mayor en el medio ambiente, una de estas actividades son justamente las pequeñas empresas textiles del sector de confecciones, al diseñar sus productos, entre otros, las personas pueden realizar gran parte de su trabajo "in situ" (por ejemplo en su puesto de trabajo) y necesitan transportarse con frecuencia hacia los clientes, lo cual incrementa la contaminación derivada del tránsito y el uso de hidrocarburos por las características de su campo de acción afecta significativamente el medio ambiente, pero va más allá en su cuidado, es por eso es importante la implementación de los sitios Web desarrollados, optimizan la transferencia de datos, para evitar el sobrecalentamiento de los equipos y la energía requerida para mostrar los sitios Web. Además incluyen



mensajes de alerta en las partes del sitio que se pueden imprimir, sugiriendo a los usuarios que de ser posible eviten imprimir los contenidos.

Energía

Buscar ser la cadena de comercio detallista más sustentable, y para ello el consumo eficiente de energía y de fuentes renovables es imprescindible. El objetivo al 2020 es reducir en 20% la intensidad de energía utilizada en tiendas y centros de distribución⁵³. Alineados al objetivo de suministrarnos al 100% de energía renovable, se debe proponer proyectos de energía renovable, con esto, se suministrará de energía limpia y renovable de tiendas en El Alto. Estas metas contribuirán significativamente a cumplir con el compromiso de consumir 7,000 GWh de energías renovables, 600% más que en 2010, y una reducción en el consumo de energía de 20% comparado con 2010, para fines de 2020. Estas acciones de sustentabilidad tendrán un efecto positivo en el medio ambiente el ahorro de energía, similar al consumo de 446,260 casas⁵⁴. Para el caso de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles está ligada a la organización de los procesos y la optimización de uso de maquinaria y el uso de energía.

Residuos

Uno de los mayores problemas es la contaminación ambiental con residuos y pese a contar con material que aparentemente no produce toxicidad, hay que tener en cuenta los sistemas de aspersion del polvo de tela, fibra térmica, polar, algodón, etc. Tener organización y almacenaje de residuos para que estos puedan reciclarse sin causar daño al medio ambiente.

La responsabilidad social exige a las empresas controlar el manejo de desechos, en el caso de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles entrar en el cuidado del medio ambiente conjunto con sus vecinos ya

⁵³ Informe del Ministerio de Medio Ambiente, diciembre de 2015

⁵⁴ idem



que en su mayoría los talleres están ubicados en los domicilios de los propietarios y no reúnen las condiciones ambientales para la industria.

El objetivo es generar cero residuos, por lo tanto se implementara la iniciativa de reducir la cantidad de desechos generados, con el objetivo de reducir el desperdicio de materia prima, así como incrementar las tasas de recuperación de materiales reciclables. Contar con un programa de manejo de residuos sólidos, tales como la felpa, fibra térmica, polar (desecho de telares y telas en el proceso de producción) permitiendo dar un mejor aprovechamiento a dichos productos. Este programa debe ser difundido en las pequeñas empresas, para que el manejo de estos residuos sea beneficio tanto para las mismas empresas como la ciudadanía en general.

Cadena de Valor

La mayor parte del impacto ambiental está en la cadena de suministro; por ello, se debe asumir el compromiso con los proveedores para reducirlo. La colaboración con proveedores y otras organizaciones es fundamental para avanzar más rápido hacia una cadena de suministro más sustentable.

Las iniciativas a desarrollar con los proveedores permitirá ofrecer productos que lograrán reducir su impacto en una o varias fases del ciclo de vida, entre los que se incluyen productos fabricados con un menor consumo de energía, agua, o con materiales reciclados, o bien que en la etapa de uso tienen un menor consumo que el de versiones anteriores o equivalentes.

5.3.4. Matriz de Planes de Acción

A través de los resultados del diagnóstico y la propuesta desarrollada en el presente trabajo para contribuir al desarrollo y mejorar la competitividad en el mercado de las pequeñas empresas, se asegura su sostenibilidad a través de la matriz de planes de acción, como se muestra en el siguiente cuadro:



Cuadro Nº 16

Matriz para Planes de Acción de RSE para las Pequeñas Empresas del Sector Confecciones Textiles asociadas al FERMYPE de la ciudad de El Alto.

ACTOR / GRUPO DE INTERÉS	POLÍTICA	ESTRATEGIA	PROGRAMA / ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO/ PLAZO	RESPONSABLE
PROPIETARIOS / GERENTE GENERAL	Practicar acciones de RSE como parte de la gestión empresarial.	Crear una cultura empresarial hacia acciones de RSE.	Implementar la cultura empresarial con enfoque de RSE.	Financieros Humanos y Materiales	Planificación de mediano y largo plazo	Gerente General / Propietario
TRABAJADORES / EMPLEADOS	Brindar un buen ambiente de trabajo	Mejorar el ambiente de trabajo que reúna las condiciones favorables para un eficiente proceso de producción.	Identificar causas de baja productividad producidos por el ambiente de trabajo.	Financieros Humanos y Materiales	Determinar el tiempo de acuerdo al número de empleados	Gerente General / Propietario – Jefe de personal
CLIENTES	Ofrecer información específica, correcta y justa sobre el producto.	Realizar campañas de información y escuchar la opinión del cliente.	Realizar campañas de información del producto por medios gráficos (afiches, volantes, revistas, etc.)	Financieros Humanos y Materiales	Todos los días, de acuerdo a las necesidades de los clientes	Gerente General / Propietario – Encargado/a de ventas

Fuente: Elaboración Propia



PROPUESTA DE POLÍTICAS Y ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD DE LAS PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
CONFECCIONES TEXTILES ASOCIADAS AL FERMYPE DE LA CIUDAD DE EL ALTO.



ACTOR / GRUPO DE INTERÉS	POLÍTICA	ESTRATEGIA	PROGRAMA / ACTIVIDADES	RECURSOS	TIEMPO/ PLAZO	RESPONSABLE
PROVEEDORES	Trabajar con empresas que practiquen con RSE.	Exigir RSE a proveedores	Promover alianzas estratégicas e informar a proveedores de la exigencia de RSE.	Financieros Humanos y Materiales	A partir de la aplicación de la RSE, de acuerdo a las necesidades de la empresa	Gerente General / Propietario
COMUNIDAD	Brindar apoyo a la comunidad en donde se encuentra insertada	Coadyuvar en la solución de problemas en la comunidad	Identificar los problemas de la comunidad y buscar soluciones conjuntas	Financieros Humanos y Materiales	De acuerdo a las necesidades de la comunidad.	Gerente General / Propietario
MEDIOAMBIENTE	Respetar y preservar el medioambiente.	Realizar campañas de respeto y preservación del medio ambiente.	Determinar acciones de prevención del medio ambiente	Financieros Humanos y Materiales	Constante	Gerente General / Propietario



5.3.5. Programa de Capacitación en Temas de Responsabilidad Social Empresarial para las pequeñas empresas asociadas al FERMyPE de la Ciudad de El Alto.

Las pequeñas empresas generan oportunidades de inversión y crecimiento económico contantemente, los miembros de la FERMyPE deben conocer respecto de La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que es el compromiso continuo de la empresa de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de sus empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general.

El programa pretende desarrollar aspectos que permitan ubicar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como un factor clave para impulsar el crecimiento de las pequeñas empresas por ende su competitividad. El objetivo planteado es identificar y establecer en qué medida la Responsabilidad Social Empresarial, asumida de manera positiva, contribuye al crecimiento empresarial. Para llegar a este punto esencial se deben examinar los factores claves de los cuales depende el crecimiento empresarial y definir cómo estos factores se relacionan directamente con el tema de la Responsabilidad Social Empresarial.

Con lo anteriormente dicho, el Instituto de Investigación y Capacitación en Ciencias Administrativas (IICCA), realizó en la presente gestión el **“Curso de Capacitación en Responsabilidad Social Empresarial”** como parte del presente trabajo de investigación, dirigida al Directorio del FERMyPE y a las asociaciones afiliadas al FERMyPE de la ciudad de El Alto.

El curso capacitación estuvo a cargo de:

- ✓ MSc. Paola Andrea Cardenas Morales (Experta en el tema).
- ✓ MSc. Eloina Callejas de Burgoa (Docente investigadora del IICCA).



Se logró Capacitar a 22 pequeños empresarios, la duración de este curso fue de 2 horas.

Los temas que se desarrollaron en el curso de capacitación fueron:

Cuadro N° 17: Curso de Capacitación en RSE

TEMA	CONTENIDO	A CARGO
Responsabilidad Social Empresarial	<ul style="list-style-type: none">- Antecedentes- Concepto fundamentales de RSE- Principios de la RSE- Dimensiones de la RSE<ul style="list-style-type: none">• Rendición de cuentas• Transparencia• Comportamiento ético• Respeto a los intereses de los grupos de interés.• Respeto al principio de legalidad.• Respeto a la normativa internacional• Respeto a los Derechos Humanos.- Discusión – RSE (Voluntaria vs. Obligatoria).- ¿Por qué aplican RSE las Empresas?- Motivadores- Gestión de la RSE.<ul style="list-style-type: none">• Compromiso• Identificación• Planificación• Implantación• Control• Revisión y mejora- RSE mas que Filantropía- Concepto de Filantropía- ¿Qué no es la RSE?- Desarrollo Sostenible y Ética como base de la RSE.- Grupos de Interés:<ul style="list-style-type: none">• Clientes	<ul style="list-style-type: none">- MSc. Paola Andrea Cardenas Morales



	<ul style="list-style-type: none">• Accionistas• Comunidad• Empleados• Organizaciones sociedad civil• Proveedores• Gobierno <ul style="list-style-type: none">- Beneficios de la RSE- Problemática Ambiental en Bolivia.- Situación de la RSE en Bolivia.	
Responsabilidad Social	<ul style="list-style-type: none">- Reflexiones de RSE.<ul style="list-style-type: none">• Factores de Contaminación Ambiental. (Agua, Aire y Suelo).• Principales efectos degradadores del Medio Ambiente.	<ul style="list-style-type: none">- MSc. Eloina Callejas de Burgoa

Fotografías del Curso de Capacitación en Responsabilidad Social Empresarial.



MSc. Paola Andrea Cardenas Morales, explicando el concepto de Responsabilidad Social Empresarial.



MSc. Eloina Callejas de Burgoa, explicando el estudio de RSE realizado en las empresas de la ciudad de La Paz y El Alto.



Participantes del curso de Capacitación en Responsabilidad Social Empresarial.

Capítulo VI

Conclusiones y Recomendaciones



CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1. Conclusiones

Una empresa es competitiva cuando es capaz de obtener una rentabilidad mantenida en el tiempo. En el caso de las pequeñas empresas de confecciones textiles, éstas tienen como objetivo el acrecentar sus ventas y de esta manera crecer económicamente en sus épocas de mayor demanda, sin embargo también deben proyectar mantener ese nivel de ventas y producción para todo el año, lo que generará estabilidad económica para sus empresas, es ahí donde la planificación de producción, fidelización de clientes y proyección de ampliar su mercado debe ser atendido por sus autoridades (Propietarios y ejecutivos del FERMyPE) y su interacción con la RSE entre todos los actores.

La RSE conlleva el compromiso con la comunidad y la sociedad en su conjunto, la cual se refleja en un apoyo directo a la educación, el deporte y salud, así también promover la responsabilidad por el medio ambiente, generando conciencia en la utilización de los recursos en la producción del sector confecciones textiles de la ciudad de El Alto.

En Bolivia, la Constitución Política del Estado (C.P.E. Capítulo Segundo, Principio, Valores y Fines del Estado, Artículo 8), ha ayudado mucho a que la RSE se pueda implementar en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles, porque maneja concepciones que son en sí responsabilidad social. El vivir bien, el equilibrio con la naturaleza y la igualdad son conceptos que estarían atacando directamente a la pobreza e invitan a la solidaridad. Este escenario nos ayuda a tener otro tipo de empresas, con mayor conciencia.



La Responsabilidad Social Empresarial viene siendo desarrollada por varias empresas en Bolivia, ya sea por influencia de empresas internacionales que realizan operaciones en el país o por organizaciones nacionales como ser la Corporación Boliviana de Responsabilidad Social Empresarial (COBORSE), que difunde y propicia la incorporación de planes y programas de RSE dentro de las actividades empresariales en nuestro medio.

Las empresas que desarrollan planes y programas de RSE se concentran más en el aspecto económico y posteriormente en lo social, dentro de los grupos de interés las empresas se preocupan más en la calidad de los productos, proveedores y empleados; mientras que en el aspecto ambiental, aun no existe el suficiente interés y tiempo de atención por parte de las empresas de nuestro medio.

De acuerdo con todo el estudio realizado se llegó a las siguientes conclusiones:

- ✓ Existe un gran desconocimiento sobre temas de Responsabilidad Social Empresarial en las pequeñas empresas del sector confecciones textiles, según el estudio de campo realizado, razón por la cual se concluye que las actividades de RSE en las pequeñas empresas son, en su mayoría, ocasionales (donaciones, y otros tipos de apoyo) y no forman parte de su estrategia empresarial: lo realizan de forma habitual cuando surge una ocasión concreta y cuando disponen de recursos para ello.
- ✓ Concepto poco conocido y menos aplicado en la gestión de las pequeñas empresas.
- ✓ Confusión de la RSE con la filantropía. La RSE en las pequeñas empresas aún se centra solo en acciones de tipo filantrópico, no existe una revista que opine de manera crítica lo que todas hacen y si tiene valor e impacto.
- ✓ Carecen de la formación y de la capacitación suficiente como para



introducir técnicas y herramientas de gestión empresarial, por lo que la gestión se lleva a cabo de manera empírica e intuitiva.

- ✓ Hay una predisposición del 100% de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles respecto a incorporar la RSE como un instrumento administrativo. En conclusión, existe la necesidad de incorporar la RSE con todos sus elementos que la conforman y sea incluida en la gestión de la pequeña empresa.
- ✓ Para la aplicación de RSE se debe utilizar instrumentos administrativos como la Planificación Estratégica, el marketing y la realización de Presupuestos, en lo cual las pequeñas empresas requieren de un aporte académico para su implementación.
- ✓ Se diseñó un modelo de políticas y estrategias para cada uno de los actores que forman parte del entorno de las pequeñas empresas del sector confecciones textiles.
- ✓ Los gerentes propietarios cuentan de un fuerte liderazgo y asimismo asumen mucha responsabilidad, pues depende de ellos aportar con eficiencia al desarrollo de las pequeñas empresas cuya finalidad dará como resultado el logro de los objetivos, a su vez el éxito organizacional y personal.

6.2. Recomendaciones

La RSE se está convirtiendo en un instrumento útil y lucrativo para las empresas llevándolas más allá de la práctica de generosidad a la inversión rentable tanto para la empresa como la población en general. La RSE pasó a un escenario mucho más amplio, y el mismo puede ser gestionado en todo tipo de organizaciones con o sin fines de lucro.

Las recomendaciones a las cuales se llega para el presente trabajo de investigación son las siguientes:

- Capacitar a las pequeñas empresas del sector confecciones de textil FERMyPE de la ciudad de El Alto, el modelo de



gestión propuesto, con base en un cronograma de implementación con la finalidad de lograr una correcta comprensión de lo que se pretende alcanzar.

- Implementar la RSE como un instrumento administrativo, realizar programas de capacitación en temáticas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Difundir el tema de Responsabilidad Social Empresarial por medios de comunicación masiva.
- Desarrollar programas de capacitación en temas de RSE dirigida a las asociaciones afiliadas de los diferentes sectores que conforman al FERMyPE, con el objetivo que la temática sea transmitido en los diferentes rubros.

5 Recomendaciones para los propietarios de las pequeñas empresas:

1. “Ser responsable con los trabajadores”.
2. “Ser responsable de lo que se vende”.
3. “Ser responsable de lo que se compra”.
4. “Asumir compromisos de apoyo a la comunidad”.
5. “Respetar y preservar el medioambiente”.

La ciudad de El Alto presenta problemas de carácter ambiental y la ausencia de conciencia social se ve reflejada en las pequeñas empresas es por esta razón que existe la necesidad de que estas realicen programas educativos y de información que permita desarrollar la conciencia social y asumir la responsabilidad en la solución de los problemas como parte de la sociedad.

A partir de este proceso debe existir un compromiso e iniciativa por parte de los propietarios de las pequeñas empresas del sector confecciones



textiles, para responder por la consecuencia de sus decisiones que atente con la RSE, constituyéndose esta en responsable de las acciones de RSE que se inicien.

Al término del presente documento se considera que la aplicación de RSE no debe ser considerada como una imposición sino como una necesidad para procurar la sostenibilidad tanto de la pequeña empresa, del medio ambiente y de la sociedad con quienes interactúa y se desenvuelve.

Anexos



ANEXO 1

FORMULARIO DE ENCUESTA

DIRIGIDO AL PROPIETARIO DE LA PEQUEÑA EMPRESA DEL SECTOR CONFECCIONES TEXTILES ASOCIADAS A LA FEDERACIÓN REGIONAL DE MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS - FERMYPE DE LA CIUDAD DE EL ALTO.

Esta encuesta tiene por objetivo la recopilación de información a cargo de: Ivan Junior Alejo Quisbert, de la carrera de Administración de Empresas de la U.M.S.A., sobre la temática de “Propuesta de Políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la competitividad de las pequeñas empresas del sector Confecciones Textiles asociadas al FERMYPE de la ciudad de El Alto”, esta encuesta tiene carácter académico.

En el presente cuestionario no se incluirán nombres ni datos personales del encuestado, simplemente se requerirá una señal de recepción de la empresa, para certificar la entrevista realizada.

DATOS GENERALES DE LA EMPRESA	
RAZON SOCIAL	
RUBRO O ACTIVIDAD PRINCIPAL	
ASOCIACIÓN	

Marque con una X a sus respuestas del siguiente formulario de encuesta:

1. ¿Conoce la Norma Boliviana ISSO 26000 de Responsabilidad Social Empresarial?

a. Si b. No

De ser **No** pase a la **pregunta 3**

2. ¿Usted considera que el contenido de esta norma contribuye al desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial en una empresa?

a. Si b. No c. No se

3. Considerando el siguiente concepto de Responsabilidad Social Empresarial:



“La Responsabilidad Social Empresarial se refiere a las acciones que toda unidad productiva debe llevar adelante para trabajar en conjunto con sus empleados, sus familias, el gobierno y la sociedad civil para garantizar la sostenibilidad del desarrollo y el acceso a una calidad de vida digna.; La RSE es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programas; La RSE es una iniciativa de carácter voluntario”.

¿Aplica el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en su empresa?

- a. Si b. No

De ser **NO** pase a la **Pregunta 7**

4. ¿Cómo aplica su empresa el concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?

a) Como ayuda social y ejecución de las normas ambientales	
b) Como instrumento de gestión empresarial	
c) Como instrumento de marketing	
d) Como estrategia de competitividad	
e) Como resarcimiento de los daños causados de mi proceso productivo	
f) otros	

De ser Otros (Por favor especificar):

R.....

5. ¿Qué programas y/o actividades respecto a Responsabilidad Social Empresarial ha realizado su empresa?

R.....



6. ¿Señale las ventajas y/o desventajas que ofrece la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial en su empresa?

VENTAJAS	DESVENTAJAS

Dimensión Económica

7. ¿En qué medida se permite que los trabajadores tengan participación en la toma de decisiones de su empresa?

- a. Muy Poco
- b. Poco
- c. Medio
- d. Bastante
- e. Totalmente

8. ¿En qué medida desarrolla programas de capacitación para la promoción profesional de los trabajadores de su empresa?

- a. Muy Poco
- b. Poco
- c. Medio
- d. Bastante
- e. Totalmente

Dimensión Social

9. ¿En qué medida se desarrolla e implementa una política de salud y seguridad en su empresa?

- a. Muy Poco
- b. Poco
- c. Medio
- d. Bastante
- e. Totalmente



10. ¿En qué medida ha buscado mecanismos para ayudar a las comunidades cercanas a su empresa?

- a. Muy Poco
- b. Poco
- c. Medio
- d. Bastante
- e. Totalmente

11. ¿En qué medida se implementa prácticas justas y responsables en su empresa?

- a. Muy Poco
- b. Poco
- c. Medio
- d. Bastante
- e. Totalmente

Dimensión Ambiental

12. ¿Conoce la ley del Medioambiente N° 1333?

- a. Si b. No

De ser **NO** pase a la pregunta 14

13. ¿Usted considera que aplicar el reglamento para la prevención y control ambiental de la ley N° 1333, es suficiente para que una empresa sea socialmente responsable?):

- a. Si b. No c. No se

14. ¿Se cuenta con una política adecuada para ahorrar recursos y disminuir un impacto ambiental severo?

- a. Muy Poco
- b. Poco
- c. Medio
- d. Bastante
- e. Totalmente



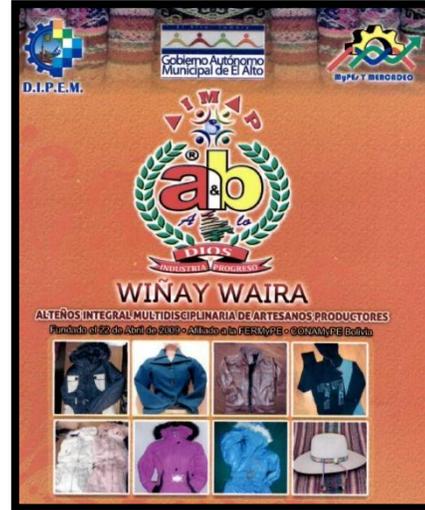
15. ¿Estaría de acuerdo con la incorporación de Políticas y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para mejorar la competitividad de su empresa?

a. Si

b. No



ANEXO 2



(Propietarios de las pequeñas empresas que fueron encuestadas de la Asociación: “Alteños Integral Multidisciplinaria de Artesanos y Productores (AIMAP) – WIÑAY WAIRA”)



(Entrevista al Presidente de la Asociación: “Alteños Integral Multidisciplinaria de Artesanos y Productores (AIMAP) – WIÑAY WAIRA”)



ANEXO 3

“CASO CIUDAD DE EL ALTO: Día del medio ambiente: No a la contaminación SÍ a la Responsabilidad Ambiental Empresarial”²⁹

Ya son más de 40 años que en el mundo se celebra el día mundial del medio ambiente (1972) y si bien hay algunas políticas y normas para preservar o atenuar los efectos del cambio climático o la contaminación en Bolivia, algunas empresas y la sociedad civil hacen caso omiso a esta problemática mundial.

Recientemente el periódico La Razón publicó que al menos 150 empresas de diferentes rubros de la ciudad de El Alto no presentan informes, ni cuentan con manifiestos ambientales que garanticen que no contaminan el medio ambiente. La información solo alude a una ciudad, pero a nivel nacional se desconoce el número de empresas que cuentan con esta garantía, lo que se constituye en un riesgo para los diferentes ecosistemas y para la salud pública.

De hecho, desde hace mucho tiempo atrás ya se arrastran problemas de contaminación en la misma ciudad de El Alto, donde los residuos sólidos de las empresas y la basura echada en Río seco se constituyen en focos de contaminación. Así también en la ciudad de Cochabamba, son 7 las empresas responsables de la contaminación del río Rocha debido a la falta de tratamiento de aguas servidas y residuos sólidos, lo peor es que estas aguas contaminantes afectan a las áreas agrícolas aledañas al río.

Las autoridades han tomado cartas en el asunto: para el caso de El Alto se han notificado a las 150 empresas para que presenten los informes de garantías hasta fines de junio, caso contrario las mismas serán multadas. En cuanto a la contaminación del río Rocha de la ciudad de Cochabamba, las

²⁹ <http://boliviaemprende.com/articulos/dia-del-medio-ambiente-la-contaminacion-si-la-responsabilidad-ambiental-empresarial>, Bolivia Emprende Junio 5, 2014.



autoridades departamentales desde el 2013 iniciaron procesos administrativos contra las 7 empresas responsables.

Las empresas y su responsabilidad con el medio ambiente

Sin embargo más allá de la sanción, el tema de la preservación del medio ambiente pasa por la Responsabilidad Ambiental Empresarial (RAE), a partir de que las mismas tomen conciencia del grado de contaminación o afectación que se está provocando al medio ambiente y asumir proyectos o programas estratégicos dirigidos a minimizar el impacto ambiental o establecer líneas de producción amigables con el medio ambiente.

Algunas de esas medidas pasan por la implementación de tecnologías limpias con cero emisiones de gases, que al ser aplicada no produce efectos secundarios o transformaciones al equilibrio ambiental o a los sistemas naturales (ecosistemas).

Algunas empresas bolivianas han asumido la responsabilidad ambiental dentro de sus programas de Responsabilidad Social Empresarial, las cuales son:

La empresa de alimentos cárnicos **Stege**, Tusequis que desarrolla el proyecto de residuos sólidos que consiste en el tratamiento de aguas servidas con el uso de lombrices. “Las aguas servidas son contaminantes y toda industria tiene desechos orgánicos que deben ser tratados y nosotros lo hacemos”, señaló a Bolivia Emprende, el líder empresario boliviano, Peter Bauer.



Política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) - STEGE

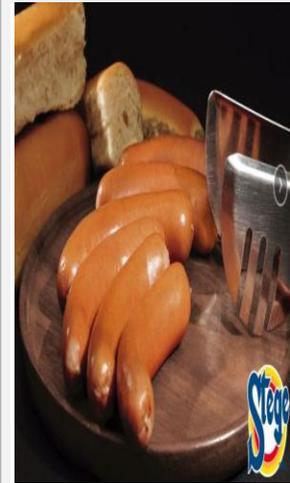
Manteniendo un compromiso de calidad dirigido a la satisfacción integral de los requerimientos de sus clientes, Stege asume una política de RSE con el propósito de poner en práctica las medidas necesarias que contribuyan a mantener y mejorar los niveles de eficiencia en las operaciones de la empresa y brindar a sus trabajadores un medio laboral seguro.

En esa dirección, se desarrolla el proyecto de residuos sólidos que consiste en el tratamiento de aguas servidas con el uso de lombrices.

Las aguas servidas son contaminantes y toda industria tiene desechos orgánicos que deben ser tratados y nosotros lo hacemos, señala el emprendedor en Bolivia Peter Bauer.

Según explica Bauer, el proyecto ya va desarrollándose 3 años y consta en tratar los desechos sólidos que son contaminantes con humus y compostaje para que sean eliminados por micro organismos.

Estamos trabajando para que las aguas servidas sean tratadas antes desecharse, es nuestra meta, indica.



La empresa boliviana de alimentos SOALPRO S.R.L. también comprometida con el cuidado del medio ambiente dirige el plan de clasificación de residuos sólidos que consiste en separar los residuos según su composición para su posterior reciclaje o reutilización. Entre los residuos orgánicos de mayor importancia está la okara, el cual es un subproducto del proceso de elaboración de leche de soya.

Fabrica Marecbol

La fábrica [Marecbol](#) recicla 20 toneladas de basura plástica para convertirla en envases y cintas de embalaje, según informó Mario Humberto Carmona, gerente general de la empresa que posee 30 centros de acopio en La Paz donde recolecta botellas pet. La empresa que desde 2009 se dedica sólo a la producción de flejes/sunchos de poyester para brindar soluciones integrales para los sistemas de empaque y embalaje, incursionó en una nueva línea de productos. Desde septiembre del presente se dedica a la transformación de botellas de plástico (que se desechan en basurales de La Paz y El Alto) en envases reutilizables. El negocio representa, además, una fuente laboral (no formal) para cientos de personas de diversa edad.



Estas iniciativas emprendedoras dan cuenta de los beneficios por el compromiso con la preservación del medio ambiente. Es así que gracias a la Responsabilidad Social pueden obtener rendimiento económico y financiero,



al utilizar materiales reciclados reducen los costos de producción, utilizan de forma eficiente la energía, controlan desechos, reutilizan residuos, entre otras cosas.



ANEXO 4

“Caso SOBOCE: Actividad de Responsabilidad Social Empresarial que desarrolla SOBOCE”

Sociedad Boliviana de Cemento (SOBOCE)³⁰



SOBOCE busca ser una empresa sostenible que opera en comunidades sostenibles aportando al desarrollo de un país sostenible.

Empresa sostenible con operación rentable, responsable con sus colaboradores, considerada con sus clientes, proactiva con su vecindario y protectora del medio ambiente.

Comunidad sostenible, Sociedad productiva que vive en armonía, satisface sus necesidades básicas, toma conciencia de sus derechos y obligaciones y tiene oportunidades para crecer.

País sostenible, País que prioriza el desarrollo humano, promueve el crecimiento económico, valora el medio ambiente y garantiza paz, libertad y equidad.

Uno de sus proyectos que realiza en pos de la RSE en el departamento de El Alto y va relacionado con el sector Confecciones textiles son las CITES:

“RSE de SOBOCE invierte \$us 55 mil en el sexto CITE de confecciones en El Alto”³¹



³⁰ www.coboce.com.bo

³¹ <http://www.inforse.com.bo/rse-de-soboce-invierte-us-55-mil-en-el-sexto-cite-de-confecciones-en-el-alto/>



En el marco de su programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la Sociedad Boliviana de Cemento (Soboce) abrió en la ciudad de El Alto un nuevo Centro de Innovación Tecnológica (CITE) de Confecciones con el objetivo de atender las demandas de apoyo de los microempresarios y emprendedores de Bolivia del área textil.

En la implementación del Centro, Soboce invirtió cerca de 55 mil dólares y durante el primer año de funcionamiento tiene previsto capacitar a 800 personas.

En la inauguración de este nuevo centro tecnológico ubicado en la zona de Río Seco, Samuel Doria Medina, principal impulsor de los CITE en el país, señaló que uno de los factores que lo motivo a realizar este emprendimiento fue que tras la graduación de las más de 400 personas del CITE de La Paz se evidenció que poco más del 20% de los alumnos y alumnas que cursaron los diferentes módulos, vivían en la urbe alteña. “Por eso era importante trabajar rápido en la abrir estos espacios”, sostuvo.

El nuevo CITE de Confecciones se constituye en el sexto centro implementado a nivel nacional, el cual busca promover la calidad y la competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMEs y Pymes de Bolivia) del rubro de la confección por medio de la innovación tecnológica.

En la oportunidad, el empresario reflexionó al decir a los asistentes al evento que “todos queremos cambio en el país, pero hay distintas maneras de hacerlo”. Una de ellas es dando relevancia a la capacitación técnica. “La lógica a la que nos han acostumbrado es que para ser Técnico Medio se tiene que estudiar 3 años, para Técnico Superior 4 años. La idea de los CITE es la capacitación de corto plazo, 30, 60 días y máximo 90 días y eso está dando buenos resultados”.

Mencionó que en países vecinos como en el Perú el impulso que se da a los CITE es realmente fuerte. “En el Perú hay 170 CITES de toda naturaleza y eso ha dinamizado la economía de ese país”.



En Bolivia dijo, producto de la capacitación en los CITE hay algunos testimonios que vale la pena mencionarlos: “Una señora en Santa Cruz confesó que vendía ropa usada, una vez que se capacitó en el CITE decidió confeccionar las prendas y ahora está empezando a exportarlas”.

Otra persona decía “yo trabajaba en la Argentina, casi como esclava. He venido a La Paz a visitar a mi familia, entré al CITE, mejoré las técnicas y ahora estoy fabricando prendas y mi esposo se encarga de la comercialización”.

Según Doria Medina “los CITE, están dando resultados importantes. Yo no creo que la solución al tema de la ropa usada sea meter presos a los comercializadores o prohibir esta actividad. La solución es mostrar a la gente dedicada a este comercio que hay otros caminos para progresar”.

El CITE de El Alto está ubicado en la calle Lisboa, al lado del surtidor Cristo Rey de la avenida Juan Pablo II, cuenta con varios y cómodos espacios que permitirán a los artesanos, emprendedores y micro, pequeños y medianos empresarios acceder a beneficios de innovación tecnológica.

Acerca de los Centro de Innovación Tecnológica (CITE)

Un Centro de Innovación Tecnológica (CITE) es el lugar donde se concentra, desarrolla y difunde mejoras en operaciones y procesos productivos de un determinado rubro, convirtiéndose en un socio tecnológico que brinda servicios de capacitación, asistencia técnica – productiva y de gestión, mejorando la productividad y competitividad de las MIPYMES en las distintas etapas de la cadena productiva.

Capacitación

El CITE de Confecciones El Alto ofrecerá: cursos en gestión productiva, dirigidos a propietarios de MIPYMES; talleres de capacitación, orientados a formar y/o fortalecer las capacidades técnicas de operarios; y cursos especializados para formar técnicos en mantenimiento de máquinas.



Los beneficiarios también accederán a servicios de asesoramiento en una o varias etapas del proceso de confección y podrán hacer uso de los equipos para incrementar su productividad o mejorar la calidad de sus productos, ahorrando así recursos y tiempo.

Cinthia Yañez, jefa de RSE de Soboce, mencionó que el CITE cuenta con una variedad de máquinas de confección textil. “Tenemos una sala de corte con patronaje industrial y computarizado que permite hacer cortes mucho más precisos, además que permite ahorrar tela y tiempo”, acotó.

Informó que a partir de los CITE que ha abierto Soboce en todo el país, tanto para el sector de madera como de confecciones, hasta el momento producto de la formación con la tecnología y el modelo de gestión se han formado 100 empresas.

Añadió que implementar un CITE de confecciones demanda una inversión de cerca de 100 mil dólares. En el caso del que está en la ciudad de El Alto, el costo fue menor porque se está utilizando la infraestructura del CITE de madera. Aclaró sin embargo, que los ambientes fueron construidos con la tecnología que aísla la contaminación acústica de manera que pueden funcionar, al mismo tiempo, los dos centros de capacitación.

Asimismo la Responsabilidad Social Empresarial viene siendo desarrollada por varias empresas en Bolivia, ya sea por influencia de empresas internacionales que realizan operaciones en el país o por organizaciones nacionales como ser la Corporación Boliviana de Responsabilidad Social Empresarial (COBORSE), que difunde y propicia la incorporación de planes y programas de RSE dentro de las actividades empresariales en nuestro medio.

Las empresas que desarrollan planes y programas de RSE se concentran y se preocupan más en la calidad de sus productos, proveedores y empleados respectivamente; mientras que en el aspecto ambiental, aun no existe el suficiente interés y tiempo de atención por parte de las empresas en nuestro medio.



BIBLIOGRAFÍA

- Arandia, S. L. (2006). Metodología de la Investigación y Aprendizaje Cuarta Edición, Edit. Catacora. La Paz - Bolivia.
- Avila Vera, J. (Mayo de 2012). Responsabilidad Social Empresarial. Modelo de gestión para incrementar el rendimiento organizacional. La Paz.
- BROWN, W. y MOBERG, D. (1990). Teoria de las Org. y la Adm. Editorial Limusa, Mexico DF.
- Callejas de Burgoa, Eloina y Rosso Morales, Humberto. (octubre 2011). Guía Metodológica Para La Elaboración Del Trabajo Dirigido. La Paz.
- Camisaza, Elena; Guerrero, Miguel; Rubén de Dios. (1997). Planificación Estratégica, Capacitación a distancia en Organizaciones Comunitarias. Fundación Ideas.
- Economía, N. (2011). ¿Cómo ser una Empresa Socialmente Responsable? RSE en la actividad empresarial. 2da parte. Bolivia.
- Guía de Responsabilidad Social. (noviembre de 2010). Norma boliviana ISO 26000:2010. Primera Edición.
- Instituto Boliviano de Comercio Exterior, (2011). Las MIPyMES y su participación en el desarrollo social y crecimiento económico de Bolivia, PDF. Bolivia.
- Instituto Boliviano de Comercio Exterior, (mayo 2013), EL ABC de la Responsabilidad Social Empresarial, PDF, Santa Cruz - Bolivia.
- Ivancevich & Lorenzi, (1996).
- Labor Consultores y Asociados. (Junio de 2008). Línea base de Responsabilidad Social Empresarial, La Paz - Bolivia.
- MINTZBERG, Henry y QUINN, James B. (1993). El Proceso Estrategico, La estrategia debe tener: consistencia, Consonancia, Ventaja y Factibilidad. 2da Edicion, Mexico DF.



- MOHAMAD Naghi N. Namakfoosh.
- Nueva Economía, 2012.
- Porter, (1999).
- Responsabilidad Social Empresarial. (2009). Guía de implementación para Pymes, Proyecto Incorporando prácticas de RSE. Paraguay.
- REYES PONCE. (1979). Administracion de empresas. Editorial Limusa, Mexico DF.
- Svetlana Salvatierra. (Abril de 2012). Pymes Aprenden A Ser Socialmente Responsables.
- TAMAMES, Ramon. (1996). “Diccionario de Economia y Finanzas”, Edit. Alianza Madrid.
- Weihrich, H. y H. Koontz (1994). Administración: una perspectiva global. McGraw Hill. México.