



FACULTAD DE ADMINISTRACION DE NEGOCIOS

Trabajo de Investigación

“Gestión de la Responsabilidad Social y el Desarrollo Empresarial en la Empresa SILSA – sector limpieza, Lima Perú 2018”

Autores:

Johan Paolo Flores Gadea - 1637466

Yufre Domiciano Vera Vera – 1521641

**Para obtener el Grado de Bachiller en:
Administración de Negocios**

Lima, diciembre del 2018

Declaración de Autenticidad y No Plagio

Administración y Negocios

Por el presente documento, yo _____,
identificado/a con DNI N° _____, egresado de la carrera de

_____,
informo que he elaborado el Trabajo de Investigación denominado
“ _____”
_____”

para optar por el Grado Académico de Bachiller en la carrera de _____,

declaro que este trabajo ha sido desarrollado íntegramente por el/los autor/es que lo suscribe/n y afirmo que no existe plagio de ninguna naturaleza. Así mismo, dejo constancia de que las citas de otros autores han sido debidamente identificadas en el trabajo, por lo que no se ha asumido como propias las ideas vertidas por terceros, ya sea de fuentes encontradas en medios escritos como en Internet.

Así mismo, afirmo que soy responsable solidario de todo su contenido y asumo, como autor, las consecuencias ante cualquier falta, error u omisión de referencias en el documento. Sé que este compromiso de autenticidad y no plagio puede tener connotaciones éticas y legales. Por ello, en caso de incumplimiento de esta declaración, me someto a lo dispuesto en las normas académicas que dictamine la Universidad Tecnológica del Perú y a lo estipulado en el Reglamento de SUNEDU.

Lima, _____ de _____ de _____.

.....

Firma

.....

Firma

RESUMEN

El estudio tiene como variables la Responsabilidad Social y el desarrollo en las empresas, el lugar destino donde es la empresa SILSA, dedicada a dar servicios con productos de limpieza. El objetivo busca plantear la RSE como un gestor fundamental que impulse el desarrollo organizacional midiendo el nivel de influencia en la gestión de responsabilidad social del mismo. Este crecimiento empresarial depende de variables, siendo una la Responsabilidad Social Empresarial como política de empresa que buscan tener estándares de calidad cuidando el medio ambiente y al consumidor. Se elaboró el diseño cualitativo porque estudia la realidad desde su naturaleza implícita, para interpretar los fenómenos que tienen para las personas implicadas. Se utilizó técnicas como las entrevistas, observación directa, foto-video-referencias - que describe actividades, hábitos que procesan en el día a día las personas. Presenta como autores de investigación antecedentes tanto nacionales como internacionales: Tesis PUCP que describe la Responsabilidad Social Empresarial como un medio rentable y competitivo (Escobar E, LIMA 2015); así mismo una Tesis de la USMP que mide la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas mineras en el Perú y como este incide en las comunidades de su entorno todo relacionado con el desarrollo sostenible" (Espinoza L, LIMA 2015); por otro lado una revista indexada de la PUCP que nos explica acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: donde nos muestra que desafíos y oportunidades inciden en nuestro contexto nacional por (Barbachan M, LIMA 2016); entre otras que tienen la misma consideración e importancia.

Palabras claves: Responsabilidad Social, Desarrollo empresarial y Medio Ambiente,

DEDICATORIA:

El presente trabajo de investigación está dirigido a todas las personas que nos apoyaron en el desarrollo del proyecto, y que nos motivaron constantemente para culminarlo.

AGRADECIMIENTO

Nuestro más profundo agradecimiento a las personas que han colaborado en la realización del presente trabajo de investigación, en especial al doc. Vojislav Savo Petrovich Cárdenas, del curso de Proyecto Profesional, a la Dra. Ena Cuba y al Mg. Rafael León del curso de Formación para la Investigación por la orientación y el seguimiento, sobre todo a nuestros familiares por la motivación y apoyo recibido el cual ha sido un aporte invaluable, no solamente en el desarrollo del trabajo, sino también en nuestra formación como investigadores.

INDICE

| | |
|---|-----|
| 1. PORTADA | I |
| 2. DECLARACION DE AUTENTICIDAD | II |
| 3. RESUMEN | III |
| 4. DEDICATORIA | IV |
| 5. AGRADECIMIENTO | V |
| 6. INDICE | VI |
| 7. INTRODUCCIÓN | VII |
| 8. MARCO TEÓRICO | 9 |
| 8.1 Introducción | 9 |
| 8.2 Antecedentes de Estudio | 10 |
| 8.2.1 Antecedentes Nacionales | 10 |
| 8.2.2 Antecedentes Internacionales | 19 |
| 8.3 Gestión de la Responsabilidad Social y el Desarrollo Empresarial en la Empresa SILSA – sector limpieza, Lima Perú 2018 | 28 |
| 8.3.1. Definición de Gestión de la Responsabilidad Social y el Desarrollo Empresarial | 28 |
| 8.3.2. Enfoque de Responsabilidad Social | 33 |
| 8.3.3. Nueva Norma ISO 26000:2010 Responsabilidad Social | 36 |
| 8.3.4. Panorama Internacional y Nacional de la Responsabilidad Social | 38 |
| 8.3.5. La Influencia de los cambios en el Medio Ambiente | 41 |
| 8.3.6. Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias. | 44 |
| 8.3.7. Estrategia y liderazgo para el desarrollo empresarial Factores clave | 49 |
| 8.3.8. Crecimiento Organizacional & Desarrollo Empresarial | 52 |
| 8.3.9. Marketing como Desarrollo Empresarial | 54 |

| | |
|--------------------------------|----|
| 8.4 Definición de Términos | 59 |
| 8.5 Resultados | 61 |
| 8.6 Análisis de los Resultados | 71 |
| 9. Conclusiones | 77 |
| 10. Recomendaciones | 80 |
| 11. Referencia Bibliográfica | 83 |
| 12. Anexos | 85 |

7. INTRODUCCION

Al revisar algunas concepciones, se busca contextualizar la variable de **Responsabilidad Social**, partiendo de sus contextualizaciones y como se materializa en sus indicadores buscando relacionarse a las políticas empresariales de SILSA. La **responsabilidad social** se divide tanto externa (aspecto económico y el ecológico) e interna ambas se correlacionan como dimensiones aportando una a la otra indistintamente. En el aspecto económico y el ecológico orientado a cumplir con las normativas estandarizadas que cuidan y protegen el medio ambiente. Es por ello que se menciona la Responsabilidad Social Empresarial en México definiendo estas dos dimensiones:

Responsabilidad social interna, como aquella que es compartida entre miembros colaboradores de una organización incentivando la calidad de vida laboral, económica, orientado a la distribución de bienes entre sus grupos de interés tanto externos como internos.

Existen en Latinoamérica diferentes propuestas de responsabilidad social vinculada a proyectos y programas, pero esta carece de una adecuada gestión y utilidad comparándolas con las ya existentes en el continente europeo. El cumplimiento de aplicar de aplicar políticas de Responsabilidad Social es importante sobre todo porque en estos años nuestra economía está apostando y priorizando a las grandes inversiones de las empresas, estas a su vez presentan excedentes económicos tratándose por otro lado a la evasión de impuestos y posteriormente a la caducidad de las multas que son impuestas por los recursos legales apelativos que aplican las anteriormente mencionadas. Es por ello la necesidad de reorientar esas malas políticas de comportamiento desleal por parte tanto de las organizaciones como de los organismos políticos que monitorean el fisco para aplicar a proyectos de responsabilidad social que dirijan su accionar al beneficio empresarial de sus colaboradores y de la sociedad.

De lo anteriormente mencionado se puede concluir como concepto de responsabilidad social empresarial al acto comprometido que priorizan las empresas para tener un equilibrio sostenible con el entorno que le rodea, siendo implícitamente los actores los grupos de interés, tanto al nivel anterior como al exterior, respetándolas normas vigentes que rigen este concepto tanto a nivel nacional como internacional.

Servicios Integrados de Limpieza S.A. – SILSA no debe estar ajeno a lo planteado, tal es el caso que en su plan operativo institucional (SILSA, 2016-2019), al realizar el Análisis del entorno (PETSAL) examina las condiciones e identifica los factores externos que podrían afectar los niveles de oferta y demanda del mercado, así como también los costos que afectan a la empresa. Para ello se analizó el macro entorno detallando los factores Políticos, Económicos, Tecnológicos, Sociales, Ambientales y Legales. Con respecto a los factores ambientales están relacionados con la mayor conciencia que se tiene respecto el cuidado del medio ambiente, la salud humana y la sostenibilidad de todas las actividades de limpieza, indicando el uso del “Green Cleaning”, así mismo plantea la implementación de un Sistema de Gestión de Medio Ambiente (ISO 14001).

Sin embargo, SILSA en su plan operativo no contempla las acciones con respecto a cumplir los criterios de responsabilidad social empresarial tanto a nivel interno como a nivel externo, por lo tanto, este trabajo de investigación pretende determinar la (s) brechas existentes entre lo interno y externo de la responsabilidad social empresarial y la gestión de desarrollo empresarial aplicadas en la empresa, Servicios Integrados de Limpieza S.A. – SILSA.

8. MARCO TEÓRICO

8.1 INTRODUCCION

Planteamiento del Problema

Definitivamente la competitividad en las empresas, el auge crecimiento del mercado nacional como internacional, además del fenómeno de la globalización han desestimado de manera general en los modelos de mercado actuales vinculados directamente con la oferta y la demanda, , así mismo, la internacionalización de la marca y los estándares de calidad que piden las empresas extranjeras han hecho que las empresas peruanas busquen crear estrategias de crecimiento siendo una gran alternativa la RSE para obtener confianza por los grupos de interés y mejorar los estandares de competitividad en la organización. Así mismo, para poder resaltar la empresa SILSA entre sus competidores se debe utilizar como ventaja competitiva los diferentes programas de responsabilidad social empresarial. Por ende las actividades de RSE mejora la efectividad de las empresas haciéndolos más competitivos y rentables en el mercado, dejando de tener una errónea percepción a la RSE como egreso en la empresa y concientizándose en oportunidades y ventajas que puede generar a la organización. Por ello la RSE se estudia en el impacto que generará en el desarrollo empresarial y la ventaja competitiva importante para el empoderamiento entre las demás empresas que SILSA tiene en el rubro de limpieza. A continuación se plantea la pregunta como problema en cuestión.

Problema General

¿De qué manera la Responsabilidad Social y el Desarrollo Empresarial permitirán obtener ventajas para SILSA, empresa del sector de servicios de limpieza en Lima - Perú?

Problemas Específicos

- a) ¿Cómo la ayuda social mediante un modelo la Responsabilidad Social empresarial, inciden en el desarrollo de la gestión organizacional de la empresa SILSA?
- b) ¿En qué medida los procesos operativos, indican en las actividades que cuidan y protegen el medio socio-ambiental en el sector de servicios de limpieza?

8.2 ANTECEDENTES DE ESTUDIO

8.2.1 Antecedentes Nacionales

1. En la Tesis que describe a la Responsabilidad Social Empresarial como medio rentable y competitivo teniendo como autor a (Escobar E, LIMA 2015)

El corte de la presente investigación responde al tipo de investigación documentaria por ende el problema general resalta en la pregunta ¿Qué factores influyen como indicador de medio en la responsabilidad social empresarial con la rentabilidad y competitividad de las empresas, así mismo el objetivo que busca es determinar los indicadores que sirven como medio en la responsabilidad social empresarial para generar rentabilidad y competitividad en las empresas, para ello se utiliza como población un estudio de caso en un determinado rubro siendo el sector pesquero, como instrumento de medida se utilizan estadísticos y datos registrados en análisis econométricos y financieros proyectados en los últimos años.

Por último a modo de conclusión hace referencia a que no solo la RSE presenta ventajas competitivas, sino que además se diferencia en diversos ámbitos de la organización y alimenta de manera indirecta a crecer los índice de producción y productividad por hacerlas más confiable y porque de alguna manera al tener un impacto social en la comunidad la empresa es vista desde un lado más humano y de naturaleza consiente con el medio entorno formando una relación en sentido de presencia con la comunidad y con sus mismos colaboradores.

Por lo anteriormente descrito es de mencionar que existe un grado de correlación importante con el trabajo de investigación que se viene ejecutando expresada en la responsabilidad social y el desarrollo de la organización de la empresa SILSA, esta investigación permite tener en claridad diversas conceptualizaciones teóricas que para el trabajo a investigar permitirá distinguir y comprender como son la rentabilidad empresarial, la competitividad empresarial, el desarrollo empresarial, la ventaja competitiva entre otros.

En cuanto a los hallazgos descritos del presente antecedente es importante mencionar lo que describen en una de sus conclusiones la que se expresa en el valor que originan en su propio entorno y en la sociedad medio al cual se encuentran ubicadas como carácter de sentido de pertenencia.

2. En la Tesis “La Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el Desarrollo Sostenible de las comunidades de su entorno”, para optar el grado de Doctor Contables y Financieras, USMP (Espinoza L, LIMA 2015)

El estudio presentado tiene como objetivo determinar el nivel de incidencia que presenta las acciones de responsabilidad social de mencionada empresa mineras en el desarrollo sostenible de dicha comunidad, viendo los niveles de calidad de vida de la población y de los niveles de vulnerabilidad expresados en diversos aspectos socio-económicos, políticos – éticos y cultural – medio ambiente.

El trabajo de campo se realizó en poblaciones cercanas a las cuatro empresas mineras del Perú. Tanto en Moquegua, en Lima, en Pasco y en Cajamarca, utilizando como instrumentos de medición las encuestas por ello que el estudio de este tipo cuantitativo, transversal – causal. Así mismo presenta como conclusiones que existe un impacto negativo en el desarrollo sostenible de los distritos estudiados de las cuatro

regiones mencionadas anteriormente primero porque se encuentran en vulnerabilidad medio ambiental y pobreza, poniendo los niveles de salud vulnerable y con posible crecimiento del índice de mortalidad.

Una de sus principales conclusiones responde a que la gestión de responsabilidad social empresarial de las empresas mineras en el Perú, impactó negativamente en el desarrollo sostenible en las comunidades ubicadas en su entorno – período 2004 – 2014; porque los niveles de sostenibilidad de las comunidades son: Socialmente no sostenibles, cuentan con una economía sub desarrollada y medio ambiente degradado.

Por último, en sus recomendaciones expresa claramente, que las empresas mineras en el Perú, deben optar por entender a una gestión de calidad total en sus políticas intervenidas de responsabilidad social. Así mismo mejorar la calidad de vida de todos los actores socio – laborales y grupos de interés de las mencionadas empresas mineras.

Es importante destacar que la mencionada tesis presenta diversas fuentes bibliográficas que para el trabajo de investigación que se realiza ayuda a comprender y analizar mejor la relación de nuestras dos variables en cuestión que son gestión de la responsabilidad social y el desarrollo empresarial.

Los datos económicos y financieros en proyectos y actividades de RSE nos da a conocer en términos cuantitativos las ventajas competitivas económicas.

- 3. Artículo de la Revista Indexada “La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades”, (Barbachan M, LIMA 2016)**

El presente artículo se presenta como un antecedente por ser aplicado en un repositorio de la pontificia universidad católica del Perú.

Por ende, preserva el nivel de antecedente de investigación al constar de teorías aplicativas en diversas indexaciones de revistas científicas la que valida su confiabilidad y se expone a continuación:

El artículo menciona que en la actualidad todas organizaciones con fines de lucro implementan estrategias para poder desarrollarse y ser sostenible con el tiempo. Esto se llega a concebir estando alineados con las políticas de Responsabilidad Social Empresarial.

En el Perú las empresas deben tener en cuenta que los consumidores concientizados y sensibilizados por las políticas proteccionistas del cuidado al medio ambiente, buscan bienes y servicios que respondan a dicha situación por el hecho de alinearse en el valor compartido ante su sociedad y por las normas establecidas de cuidado y protección al medio ambiente. Sin embargo, en la actualidad las pequeñas y micros empresas no están adoptando estas políticas de RSE y se ven inmersos en su desarrollo empresarial generando que no se pueda lograr una ventaja competitiva en su sector.

Por otro lado, este artículo menciona que existen diferentes ámbitos para realizar buenas prácticas de RSE siendo rentables a corto y largo plazo estas son: el ámbito económico, ambiental, social y laboral.

En el ámbito económico resulta muy beneficioso porque al aplicar RSE generas marketing en promoción y publicidad de buenas prácticas por consecuencia vas a tener buena reputación y ser reconocido por los consumidores finales. En conclusión, todo ello se verá reflejado en tus ingresos porque se tendrá más demanda sostenible en el tiempo. En segundo lugar, el ámbito ambiental, se busca cuidar el entorno natural

que se desarrolla la producción donde lo principal sería utilizar insumos naturales que no dañen el ecosistema. En tercer lugar, se tiene al ámbito social esto es netamente basado en la protección a la sociedad y tener vínculos con ella. Por último, tenemos el ámbito laboral que es la parte fundamental de toda organización para su desarrollo como empresa, en consecuencia, se le debe brindar todas las condiciones necesarias para que cumplan sus labores eficientemente capacitando constantemente al capital humano.

En conclusión, se debe mencionar que las actividades encaminadas a programas y proyectos de Responsabilidad Social se encuentra en crecimiento y esto a raíz que la sociedad cada vez más se vuelve más exigentes en lo que respecta a cuidados ambientales.

El presente artículo cobra vital importancia a nuestro enfoque de responsabilidad social más aún en las reflexiones finales que la autora describe poniendo énfasis en las siguientes premisas que es de utilidad recalcar y tomar como datos importantes que los actores que encausan responder a las buenas prácticas de responsabilidad social son propiamente dicha la sociedad, estos a su vez se convierten en consumidores que buscan interactuar más con las organizaciones para tener credibilidad, confianza, sentido de pertenencia aprendiendo más de ellas informándose con sus actividades de prestar servicios a la comunidad y cuidado del medio ambiente.

Es interesante como los consumidores finales no solo compran productos de buena calidad sino que también toman interés en que su producto que compren generen acciones encaminadas al desarrollo de la sociedad, claro está en el eje de responsabilidad social de la organización.

4. Artículo de la Revista Indexada “Gastos por Responsabilidad Social Empresarial y su Deducibilidad en la determinación de la Renta Imponible”, (Escalante N & Velásquez N, LIMA 2016)

El presente artículo se presenta como un antecedente por ser aplicado en un repositorio de la universidad católica los Angeles de Chimbote.

Por ende, preserva la calidad de antecedente de investigación al constar de teorías aplicativas en diversas indexaciones de revistas científicas la que valida su confiabilidad y se expone a continuación siendo uno de sus objetivos el de describir los gastos por responsabilidad social empresarial y como se determina los deducibles en la determinación de la renta neta empresarial imponible. El tipo de investigación es descriptivo – cualitativo, siendo su método aplicado utilizando como método de recolección de información la revisión bibliográfica y documental.

A modo de conclusión los gastos por RSE se convierten en los deducibles para temas de tributación.

Muchos de los empresarios al tener poca claridad de la RSE y percibirlo esto como un gasto activo no toman el interés en promover la RSE como estrategia y en el buen sentido sacarlos de son habitualidad laboral compartida y de mantenerse dentro de la curva del emprendimiento solamente se conforman por un simple estatus y no ven más allá de sus expectativas que de por cierto son pobres y poco ambiciosas, salir de la zona de confort en que se encuentran y mantenerse dentro de la curva del emprendimiento solamente se conforman por un simple estatus y no ven más allá de sus expectativas que de por cierto son pobres y poco ambiciosas, viendo la línea de competitividad desde otras perspectivas, por ello este artículo de revista indexada es

de gran importancia para nuestro estudio porque justifica realmente los deducibles que presta la RSE en la empresa y no como gasto a corto plazo simplemente.

8.2.2 Antecedentes Internacionales

1.- La Responsabilidad Social y Medio Ambiental de La Empresa: Una Perspectiva Desde Cuba (Sánchez A & Ocampo D, CUBA 2016).

El trabajo de investigación responde al tipo documentario siendo los preservantes los mismos, las diferentes teorías y antecedentes que colocan a este trabajo en repositorio institucional y sirve como antecedente internacional al gestionar conocimientos empíricos que detallan las variables que presenta el trabajo de investigación siendo esta fuente sumamente confiable para su pertinencia y aplicabilidad en este contexto.

Así mismo menciona que la RSE es parte estrategia íntegramente relacionada a la organización, y a sus Stakeholders, como aquellas que se ven afectadas por los servicios de la organización y que con diversas ideas y opiniones afectan los resultados económicos de la misma.

A modo de conclusión la RSE es estratégico para el desarrollo de los negocios teniendo como orientación al desarrollo sostenible eje político de la organización, buscando la participación y colaboración activa de sus Stakeholders.

Por lo expuesto anteriormente en DIALNET se encuentra un artículo de revista muy importante de como la RSE ha ido incorporándose desde diferentes perspectivas y para el propósito del trabajo de investigación que se persigue confluye un dato y fuente muy importante conocer la historia y evolución de mencionada variable RSE nos permite entender como en comparación con otros países nosotros estamos y cómo se puede ir vislumbrando en un futuro.

2.- Las Memorias de Sostenibilidad GRI y los informes de progreso del pacto mundial: una comparación internacional (Ortiz M & Inchausti B, 2016 pág. 22)

El presente artículo se presenta como un antecedente por ser aplicado en una revista científica de Dialnet: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5074153>

Por ende, preserva la calidad de antecedente de investigación al constar de teorías aplicativas en diversas indexaciones de revistas científicas la que valida su confiabilidad y se expone a continuación:

Ambas especialistas en el tema expuesto preservan a modo de conclusión lo siguiente de acuerdo a sus artículos indexados:

Las memorias de sostenibilidad (GRI) se manifiestan en mayor énfasis en países como España y Colombia, siendo España uno de los países que tienen bien claro los GRI y su implicancia en los nuevos retos aplicados de responsabilidad social corporativa, con un análisis reflexológico y aplicativo de la importancia de divulgar dichas actividades de gestión.

Se toma como importante este trabajo de investigación en nuestro estudio porque la muestra representativa la conforma también Perú y describe comparando el PBI de otros países pudiendo tener más claro en relación con los demás elementos de la muestra cómo nos encontramos en ello así mismo según lo informado a modo de conclusión por parte de este estudio que se encuentra indexado en la revista DIALNET.

Por ello estos estudios macro y micro económicos nos permite tener una mejor visión y perspectivas de cómo estas GRI se van acentuando y desarrollando como importante para el estudio de nuestras variables.

3.- Gestión Administrativa en el Desarrollo Comercial de La Empresa Creaciones Diana Carolina De Los Ríos (Escobar M & Del Cisne D, ECUADOR, 2017)

La tesis presenta como problema general ¿De qué manera contribuir al desarrollo comercial de la empresa Creaciones Diana Carolina de la ciudad de Quevedo?

Así mismo responde al objetivo principal Diseñar un modelo de gestión administrativa para el desarrollo comercial de la empresa Creaciones “Diana Carolina” de la ciudad de Quevedo. La población y muestra de estudio se estandariza en aplicar el instrumento cuestionario a través de la técnica de la encuesta a los 7 trabajadores de la misma por ser una empresa pequeña.

Entre sus principales conclusiones menciona: Se realizó el diagnóstico de la empresa creaciones “Diana Carolina”, definiendo la creación de la misma en 2010, se producía sandalias destinado para la localidad, actualmente los clientes son pequeños comerciantes de calzado ubicados en la zona de influencia del cantón Quevedo (El Empalme, Valencia, La Maná, Buena Fe, Portoviejo, Quinsaloma, Chone y Quinindé). Se carece de estructura organizacional, manual de funciones y políticas para compra y venta.

En sus principales resultados encontramos que la planificación de la empresa se debe ir cumpliendo a medida que va pasando el tiempo, por lo tanto, debe ser evaluada constantemente para 65 identificar qué actividades se han realizado y en qué medida han sido beneficiosos los resultados obtenidos.

El desarrollo comercial y la gestión administrativa son variables importantes que para el trabajo de investigación que se viene realizando sienta sus bases teóricas en mencionado antecedente. Es clave tener aspectos teóricos referentes a la gestión administrativa, importancia y principios que la rigen, los diferentes modelos de administración, los conceptos teóricos de desarrollo comercial, plan comercial y la herramienta para el desarrollo de la gestión administrativa desde el plan comercial.

Así mismo destacar que mencionado antecedente presenta modelos de gestión administrativa que pueden integrarse dentro de la RSE como estrategia competitiva. Para obtener la recolección de datos a través de la muestra representativa que tienen son similares a las MYPES que la empresa SILSA viene trabajando en conjunto, es por ello la importancia de nominar este antecedente dentro del trabajo en cuestión.

Otra de las similitudes que presenta mencionado trabajo es que presenta estrategias de intervención que aportan de manera significativa en el Diseño, evaluación y selección de estrategias, siendo una de las más utilizadas el FODA.

4.- Análisis del Desarrollo y Crecimiento Empresarial de las Pymes en la Ciudad de Machala y su permanencia en el mercado (Romero J, ECUADOR 2018)

El presente trabajo tiene como objetivo realizar un enfoque general sobre el manejo de las pymes mediante una investigación documental, los conceptos que integran el desarrollo y crecimiento empresarial con la variante de las Pymes, y posteriormente un análisis descriptivo para determinar causas y efectos que han incidido en el crecimiento y desarrollo de las mismas. Así mismo se realiza un caso práctico aplicativo siendo el análisis de tipo descriptivo y analítico - cualitativo. Para esto se utilizó una entrevista directa aplicada al gerente de la empresa.

A modo de conclusión la tesis menciona que en líneas generales, las Pymes tienen una mayor importancia de la que por conocimiento general se tiene. Su nivel de impacto y de incidencia es muy alto en el aspecto económico y social, puesto que, sobre todo en nuestra región, no solo es una alternativa a los medios de producción a gran escala, sino que estas unidades empresariales representan la mayor fuente de empleo de la región y del país. Y es esta realidad, lo que vuelve más preocupante el hecho de que son infravaloradas por los gobiernos, instituciones públicas y financieras

que no brindan las facilidades para el crecimiento y desarrollo de estas pymes y mypes.

Las recomendaciones que dan se manifiestan en implementar ISOS en sus procesos de elaboración, venta y distribución de sus productos. Una certificación de Normas ISO para la calidad de procesos podría ser una alternativa para ofrecer productos de calidad además de su ya conocido gran sabor. Modernizar la infraestructura de sus instalaciones de acuerdo a los alcances de la empresa para futuras inversiones. Esto le permitiría conseguir mejor rendimiento en sus procesos y como resultado mayor eficiencia reflejada en utilidades. Vincularse con la sociedad y con las instituciones educativas, para obtener de profesionales capacitados y predispuestos en sus conocimientos adquiridos para aplicarlos empíricamente en la empresa local.

El presente antecedente adjunta información vital y está relacionado con los conceptos teóricos tales como antecedentes de la teoría del emprendimiento y crecimiento de las Pymes, la clasificación Pymes, en el Ecuador, el desarrollo Empresarial y el crecimiento económico con un caso práctico que presentada a una empresa denominada Chesco Pizzería que es una empresa comercial de la ciudad de Machala cuyo rubro de negocio es la venta de comidas rápidas, en ella se determinó la metodología de corte cualitativo utilizando como técnicas de intervención las entrevistas directas y el método de la observación que para nuestro trabajo de investigación servirá como modelo de ejecución analizando cada uno de sus procesos y partes para poder delimitar y sacar los datos necesarios a través de un análisis de contenido. Cabe destacar que el trabajo con otras instituciones y prestar servicios de empleo y prácticas profesionales da un aporte significativo para la sociedad en su conjunto.

8.3. Gestión de la Responsabilidad Social y el Desarrollo Empresarial en la Empresa SILSA – sector limpieza, Lima Perú 2018

8.3.1 Definición de Gestión de la Responsabilidad Social y el Desarrollo Empresarial

A continuación, se define el término en cuestión de Responsabilidad social para tener claridad de la variable se cita a diversos autores que en sus estudios lo presentan de la siguiente manera:

- La definición planteada por la ISO (Organización Internacional de Estandarización), ISO 26000 responde a que la Responsabilidad Social se muestra en las actividades desarrolladas por la empresa en la sociedad y el cuidado del medio socio – ambiental, contribuyendo de manera positiva en un sostenible desarrollo local y regional, haciendo partícipes a los grupos de interés como también al cumplimiento de las normativas y estándares internacionales.

Como se menciona en la cita anterior, por la ISO acerca de la definición de responsabilidad social, evidencia poner mayor importancia a los impactos que esta genera tanto en el medio ambiente como en la sociedad y en la medida relacional que significa a los stakeholder, así mismo se presentan las definiciones planteadas con la comisión europea del 2011, que aplica también a lo concerniente en derechos humanos.

Esta definición aporta significativamente a nuestro estudio en cuestión porque realza la importancia internacional que tiene la RSE en las organizaciones que apuestan por un equilibrio real en nuestro desarrollo sostenible, es más las empresas deben estar concientizadas y sensibilizadas al respecto por ende el aporte significativo en esta parte ayuda a internacionalizar y posicionar a la empresa SILSA como una empresa que apuesta por el país el medio social y el equilibrio del medio ambiente, haciendo que las generaciones futuras tengan con claridad un mundo sano confiable creíble y perpetuo. Según lo manifestado por la OMS (Organización mundial de la

Salud) claramente distingue que la salud es un derecho y que es obligación de cada estado cuidar y velar por él en sus naciones.

- La definición de la Comisión Europea, replanteada en el año 2011:

Dicha fundación en su definición de responsabilidad social asocia claramente el tema del valor compartido, desde una visión estratégica empresarial por otro lado enriqueciendo más en los aportes teóricos la revista Business for Social Responsibility acota este término relacionándola a nivel empresarial desde una perspectiva más ética y pública, como no tomar también en consideración lo manifestado por la Fundación empresarial para la acción social que hace énfasis en la acción social responsable siempre y cuando se vea reflejado en los procesos de toma de decisión, analicemos dichas definiciones.

La comisión europea pone énfasis a integrar más el término de responsabilidad social por ende manifiesta en su traducción al castellano lo siguiente: “ La responsabilidad social corporativa (RSE) mide el impacto de las empresas responsables en la sociedad. La Comisión Europea cree que la RSE fomenta la perdurabilidad en tiempo y espacio de la UE (Unión europea) y la economía de la UE. Aporta beneficios tanto en los costos, de capital como en el recurso humano. Estos beneficios sin más preámbulo debemos destacar al aporte significativo que en esos países dan a sus pobladores con la finalidad de vivir en un mundo mejor y cuyos resultados destacan en las diferentes oportunidades de crecimiento laboral y profesional que tienen para sus conciudadanos y es más para personas que están fuera de este régimen de comisión ayudando a mejorar su calidad de vida, otorgando becas de estudio, lugares de acogimiento para refugiados, dando trabajo a quienes lo necesitan y apoyando a diferentes inmigrantes de distintas nacionalidades.

- La definición del Business for Social Responsibility:

Describe la RSE es la interacción administrativa de una empresa con la sociedad donde se expresa diversas expectativas de carácter legal, comercial, ético y público que tiene la sociedad frente a una empresa.

Claramente descrito por Business for Social Responsibility al querer integrar este término en aspectos relacionados a la ética, a lo legal – jurídico, comercial y público, puesto que las empresas integran la sociedad y sirven como medio de canalización al integrar sus actividades comerciales, laborales y de negociación con la misma, la sociedad necesita de actores que alimenten la economía social de un determinado lugar y que en su conjunto sumen propuestas integradas para poder vivir en un estado mejor , con mayores oportunidades de crecimiento y por lo mismo con menores índices de delincuencia, pobreza y diversos factores psicosociales que afectan de manera negativa a un estado en su desarrollo perpetuo. Por ello los objetivos del milenio cumplen una labor importante al delimitar la responsabilidad social dentro de los mismos, buscando el desarrollo sostenible y sustentable en la nación.

- La definición de la Fundación empresarial para la acción social:

Esta definición aporta a la parte interna de la organización en sus procesos de toma de decisiones, es importante aclarar que mencionada definición no sólo manifiesta sus acciones hacia dentro de la organización si no que prepara a la misma para integrar acciones conjuntas luego fuera de la misma, es importante dar a conocer lo que manifiesta en uno de sus acápites al respecto: “La empresa no es solamente responde a sus grandes accionistas mayoritarios, también lo hacen con sus stakeholders grupos de interés que están relacionados estrechamente con la organización. A este respecto, Villafañe (2004:62) entiende que sólo la RSC entendida como el compromiso de una empresa de mantener un comportamiento

corporativo autoexigente con todos sus stakeholders le supondrá a esa empresa un incremento de su reputación corporativa”. Por lo mencionado antes, se sustenta la posición en trabajar con los grupos de interés y que dichos resultados y acciones a seguir presten beneficios tanto para las empresas como para la sociedad.

8.3.2. Enfoque de Responsabilidad Social

8.3.2.1. Dimensiones de la Responsabilidad Social

La Responsabilidad Social Empresarial se sustenta en la empresa implícitamente por aquellos valores que son expresados por la misma organización siendo esta traducida en diferentes actividades que cumplan con una estrategia de gestión y sea parte de diferentes políticas, actividades en sus procesos empresariales para institucionalizarla., pero si contradictoriamente están en peligro de suspenderse ante cualquier situación, hecho suscitado por las políticas de gobierno, crisis en el presupuesto o en el cambio de los mandos gerenciales.

Existe tanto la responsabilidad social externa como interna y dentro de la responsabilidad social externa tenemos el factor económico (bienes y servicios) y el factor ecológico (responsabilidad en el medio ambiente).

Cabe mencionar que la responsabilidad social empresarial se torna en la medida necesaria a ser derivada del cambio en los valores de la sociedad, generando diversos roles y actividades en las empresas. Por otro lado, los consumidores de estas empresas que prestan bienes y servicios buscan que cuiden el medioambiente, con respeto y transparencia en los derechos humanos. Además, los proveedores deben tener un mínimo de información social y medioambiental siendo estos controlados por las mismas empresas con las que trabajan.

A modo de conclusión el enfoque y dimensiones presentados ayudan a sintetizar el camino que debe conllevar las buenas prácticas de RSE y que esta debe ser parte esencial de su desarrollo organizacional, así mismo forma parte de la cultura.

Por ello la relevancia de atender a que las empresas deben tener claro el concepto, las actividades, las acciones y los beneficios de integrar esfuerzos a la RSE.

8.3.3 Nueva Norma ISO 26000:2010 Responsabilidad Social

8.3.3.1 Principios de la Responsabilidad Social

La RSE busca mantener un comportamiento social y responsable con el fin de impactar de manera positiva a la sostenibilidad. La Norma ISO 26000:2010 le da mayor fuerza a la organización, proporcionándole requerimientos normativos y principios importantes que integran equitativamente un comportamiento de la RSE en entidades privadas.

La RSE deberá basarse en los valores que implica en el respeto en la sociedad y el medio ambiente, en particular la idea es que ninguna ser puede pasarse por encima de las leyes.

Detallado cada uno de los principios entender cada uno de los diferentes conceptos de responsabilidad social ayuda a viabilizar con claridad los objetivos del mismo y como estos pueden integrarse con los de la organización a continuación presentamos algunos conceptos importantes de gran relevancia para el presente trabajo.

8.3.3.2 Conceptos de Responsabilidad Social

“Estado de Bienestar a la Sociedad de Bienestar, lo cual implica el retorno de la responsabilidad social a los actores del mercado y la representación política”.

(Vives, 2011: 2-12).

El rol que las empresas deben cumplir para lograr un equilibrio entre el bienestar y lo económico, hacia un desarrollo que sea sostenible. (Aguilera y Puerto, 2012: 1-2).

La Responsabilidad Social debe ser entendida desde un desarrollo netamente social y medio ambiente.

En resumen, el concepto de RSE corresponde a una estrategia de apalancamiento, dándole mayor valor a la organización incrementando en sus redes de contacto vinculados con convenios estratégicos de acción a largo plazo.

Una vez descrito dichas conceptualizaciones que en su mayoría no difieren mucho sino más bien se integran, permite ampliar el panorama para las organizaciones es por ello y fundamental que para los lectores del presente trabajo vean con claridad dichos panoramas tanto a nivel internacional como nacional.

8.3.4 Panorama Internacional y Nacional de la Responsabilidad Social

A nivel internacional, la Comisión Europea en su Libro Verde del año 2001, donde se evidencia diferentes ideas en materia legal para introducir la RSE como una política de eje y corte transversal en todas las organizaciones, esta iniciativa la realiza España en donde las actividades relacionadas a la RSE se encuentran claramente definidas y con acciones netamente encaminadas al desarrollo sostenible del país.

Por su lado Carneiro (2007.) señala que la RSE adquiere cada vez más vitalidad y empoderamiento en las organizaciones citando el Pacto Mundial en Europa (2008). Los abordajes de diferentes temáticas responden a temas relacionados con el nivel de

corrupción versus el nivel ético empresarial, así mismo el impacto negativo hacia la conservación del medio ambiente y la calidad de vida vinculado con los derechos humanos. Como actores principales de destaca en que tanto Perú como Brasil no prestan adecuados criterios de RSE y esto se ve reflejado en los niveles de corrupción y ética tan altos y visibles como los presentados por empresas internacionales que está actualmente desvaloradas por la sociedad. Lo que escaso contrario a Chile donde se evidencia mayor transparencia en estos temas.

En Latinoamérica estos niveles tan bajos de RSE se pueden evidenciar por diversos factores acuñados tanto al clima de las organizaciones, la rotación de personal y el desempleo existente.

En materia descrita el continente europeo nos lleva una gran ventaja en el abordaje e implementación de programas y proyectos que se relacionan con la RSE tanto en la sociedad, medio ambiente y calidad de vida. Es importante mencionar que debemos cumplir con los requerimientos de RSE en las organizaciones y que las entidades reguladoras como los ministerios deben cumplir una labor no solo de monitoreo y fiscalización sino buscar estrategias que permitan lograr que estas prácticas y actividades encaminadas al desarrollo de las comunidades y al cuidado del medio ambiente se refleje en el ganar - ganar para todos los actores anteriormente mencionados. Donde los comportamientos estimados en evasión de impuestos no se permitan por la seudo – percepción que se tiene al pagarlos, más bien se presenten para acciones encaminadas a convenios entre los gobiernos locales, empresa y sociedad en la mejora de sus emprendimientos y oportunidades, para dar una percepción internacional más creíble y que otras organizaciones internacionales apuesten por nuestras empresas.

Teniendo más claro estos panoramas se debe mantener y tener en cuenta que los cambios y desastres actualmente generados por la misma naturaleza nos hace colocar

en una situación de riesgo y a la vez en un estado de alerta y prevención pues tanto la sociedad en su conjunto como las empresas están siendo actualmente víctimas si se puede mencionar así de las implacables fuerzas destructoras de la naturaleza expresados en desastres naturales pero que muchos de ellos siendo generados por las malas prácticas de nosotros mismos y no tener un control adecuado por la ignorancia frente al estudio consciente de la responsabilidad social, estamos en una situación actual de vulnerabilidad y es así que tanto las organizaciones como la comunidad en su conjunto deben trabajar arduamente, a continuación se destaca como la influencia de los cambios medio ambientales están afectando a mencionados actores tanto empresa como sociedad.

8.3.5 La Influencia de los cambios en el Medio Ambiente

8.3.5.1 El cambio climático influye en la evaporación del agua como resultado se puede observar que los polos se estén derritiendo cambiando así los niveles de agua (Gitay 2002) pág. 16

8.3.5.2 Teoría sobre la Responsabilidad Social Empresarial

8.3.5.3 Teoría Social de Carroll

El profesor Archie Carroll publicó un reporte (“The Pyramid of Corporate Social Responsibility”) siendo importante para comprender y analizar el alcance de la responsabilidad social corporativa.

Carroll (1999) en sus investigaciones realizadas acerca del tema manifiesta un desarrollo amplio descifrado en varias dimensiones (conocido como la Pirámide de Carroll), revisado por él mismo en 1991 y 1999, explicando en orden los cuatro tipos de responsabilidades tanto las filantrópicas, las éticas, las legales y las económicas, siendo corroborado por expertos en RSE (Martínez-García & Rodríguez del Bosque, 2013. Según lo descrito por estos autores la RSE implica “criterios económicos,

criterios de ley, éticas y voluntarias o filantrópicas” (Martínez-García & Rodríguez del Bosque, 2013, p.335-336) la dimensión filantrópica, voluntaria o discrecional, refiere a la adquisición de compromisos voluntarios por parte de las empresas con las normas impuestas por la sociedad (Martínez-García & Rodríguez del Bosque, 2013). A partir del modelo expuesto por Carroll (1979), Sethi (1979) y Maignan & Ferrell (2003) afirman que el común en las dimensiones de RSE, “es la congruencia entre las expectativas que la sociedad tiene sobre el comportamiento de los negocios y el accionar real o percibido de estos” (Alvarado, 2008, p.128).

Haciendo una acotación y según la pirámide, la RSE responde al cumplimiento óptimo y justificado responsable tanto económica, legal, ética y filantrópica.

En si, la RSE debe visualizar al aumento progresivo de la rentabilidad en la empresa, respetando la ley, ser ética y siendo una empresa corporativa que ayuda, acredita y mantiene no solo el desarrollo en su entorno sino que genera sostenibilidad en el tiempo y espacio tanto para la empresa como para la comunidad inmersa.

8.3.5.4 Teoría de los stakeholders

Los stakeholder tienen una relación implícita en la sociedad y que se acentúan más aún en las empresas ellos a su vez representan una vital importancia en la RSE (Rivera & Malaver, 2011).

Son actores sociales que se vinculan de forma directa o indirecta con las compañías en diversas actividades. Es así que Flórez (2008) presenta la siguiente clasificación en los stakeholders. Tenemos los stakeholders primarios que son empresas que no podrían operar, es decir, los accionistas, inversores, proveedores, clientes y empleados. Los stakeholders secundarios aquellos que no se relacionan de forma directa en la operación de las empresas, pero puede afectar o ser afectadas por éstas. En este grupo están incluidos la comunidad local, los medios de comunicación, las

organizaciones ambientalistas y la sociedad en general. Los stakeholders terciarios: aquellos constituidos por organismos públicos como el gobierno, el municipio o gobiernos regionales y locales.

A modo de entender bien esta teoría debemos ser eméritos en la comunicación integral y sistémica que debe haber con los stakeholders, es decir el diálogo averiguando que necesidades valores e intereses bifurcan tanto en la empresa como en ellos siendo comunes y universales para formalizar alianzas estratégicas adecuadas.

La teoría de los stakeholders debe relacionarse y estar entendida con los objetivos de la empresa. Y es duro decirlo que se avanza lentamente en esto e incluso con las teorías antiguas que expresaban las acciones de responsabilidad social a la satisfacción de los clientes externos. Es hora de volver a explorar nuevas vías que condicionen el bien para todos y que el entendimiento de esta teoría sea realmente adaptado como debe ser en las organizaciones, puesto que los stakeholders cumplen un rol definitivo trascendental e importante en las empresas más aún que son socialmente responsables.

Entendiendo más esta parte se propone modelos conceptuales basados en competencias que se deben traducir en actividades propias de actuación y que este trabajo busca conseguir para implementarlo en la empresa SILSA, a continuación se presenta el modelo conceptual.

8.3.6 Modelo de Competencias en el desarrollo Empresarial

La formación de un empresario como proceso propio de evolución y desarrollo emprendedor presenta diversas variables tanto sociales, culturales, psicológicas y económicas que a la vez se confluyen, en un conjunto de conocimientos específicos, desarrollando competencias que buscan lograr en el empresario el éxito, generador de fuentes de riqueza y desarrollo social en todo su ciclo emprendedor y de su vida.

En ese sentido, la base de la siguiente premisa se basa en algunas conceptualizaciones teóricas que a continuación se mencionan:

- El proceso de transformación
- El concepto de espíritu empresarial
- El concepto de cultura empresarial
- El concepto del líder empresarial.
- El proceso empresarial como proceso
- Los componentes de todo negocio

El proceso de transformación

Todo proceso humano de desarrollo, en cualquier actividad, se marca claramente en tres aspectos a considerar siendo iniciado por el proceso empresarial, seguido de la noción de cambio, de acción y la de mejoramiento, estos elementos tienen que interrelacionarse entre ellos para el crecimiento como empresa.

Según la universidad de Alcalá de España en uno de sus repositorios del área de economía y finanzas manifiesta el investigador Félix Cuesta Fernández: (...) La empresa debe ser un todo que refleje coherente respondiendo con un buen margen de rentabilidad no subestimando las expectativas de mercado y que se enfoca en la realidad económica actual.

En esencia trabajar y cubrir todas las necesidades y expectativas que representen la comunidad empresarial en su totalidad así mismo en interacción directa e indirecta con los grupos de interés.

Siendo la empresa una organización dinámica, cambiante y que se amolda a las exigencias y requerimientos del entorno socio – económico en el cual realiza sus actividades debe establecer claramente políticas adecuadas para anticiparse a los cambios repentinos del mercado respaldándose en diferentes herramientas y estrategias de acción y actuación para liberar el mercado comercial y responder a las demandas existentes en la comunidad empresarial y la sociedad.

Así mismo debe quedar claramente entendido que la competitividad en una empresa se va acentuando cada vez más y eso va a depender tanto del capital humano existente, tecnologías que realmente respondan al mercado y a sus posibles cambios evolutivos, así como también se bifurque en la cultura y clima organizacional quedando plenamente identificado como políticas de acción en cada uno de sus planeamientos estratégicos-

El espíritu empresarial

El logro de este modelo se presenta en los líderes empresariales con las competencias personales óptimas, es decir en un concadenamiento de diversas percepciones valóricas, creencias y modismos, actitudes, que se conceptualizan en el Espíritu Empresarial.

En un artículo indizado de la revista LATINDEX de diciembre de 2007 de la Universidad Tecnológica de Pereira. el autor de mencionado artículo describe y define al espíritu empresarial como “la capacidad de implementar una idea para afianzarla en una

actividad social que sea rentable y productiva, siendo sinónimo de innovación, cambio, fundación de una compañía, o toma de riesgos”.

La cultura empresarial

El Global Entrepreneurship Monitor (1999) organización internacional de investigación y desarrollo en el ámbito empresarial y del emprendimiento describe en uno de sus artículos acerca del crecimiento de las naciones y llegan a la conclusión que cuando una nación incrementa de manera importante el número de organizaciones laborales en una comunidad o región y esta a su vez se mantiene por tiempo indefinido creciendo y aprendiendo otros rubros o áreas de desarrollo económico. Según los analistas (Reynolds, Porter y Farrel entre los años 1990 y 1998), sugieren que para la aparición de nuevas empresas se requiere de empresarios analíticos que sepan cuando, como, donde y con que comenzar nuevos emprendimientos laborales ya sea en escenarios distintos o cambiantes, así mismo los escenarios a pesar que sean cambiantes sean a su vez favorables y que sean apoyados por entidades públicas y privadas para su sostenimiento en el tiempo y espacio.

El líder empresarial y su definición

Según Drucker el líder empresarial busca crear cosas diferentes, que transforma en valor agregado al producto o servicio existente. Además de ello busca el cambio como norma saludable, responde a él y lo explota como una oportunidad. Este empresario presenta como principios la identificación y la creación del valor y como esta a su vez se distribuye y se disemina en toda la organización.

El proceso empresarial

Para esta etapa del proceso lo mencionado por: Shapero, McClelland, Ronstadt, Timmons, Gibb describen de forma clara lo siguiente:

Shapero menciona que el deseo perceptivo generar empresa y visión de la misma se traduce en valores culturales expresados y que son comportamientos dentro de su proceso formativo y que de acuerdo a estas experiencias vividas traducidas en valores se traducirá en actitudes positivas o negativas para emprender actividades enroladas al carácter de ser un verdadero empresario.

Según McClelland describe que el proceso empresarial depende de cómo se logre el nivel adecuado de motivación. Esto se ve reflejado en sus estilos de pensamiento siguiendo una consecución lógica para que las actividades se desarrollen adecuadamente definiendo el problema, buscando el interés por dar la resolución del mismo, analizando estrategias para poder resolver, comprendiendo las limitaciones para resolverlo, captando a aquellas personas competentes para el logro de las mismas y previniendo consecuencias.

Ronstadt por otro lado manifiesta que la carrera profesional determina a los empresarios a tomar decisiones teniendo en cuenta los requerimientos necesarios identificando los factores que son relevantes entre ellos tenemos el propio proyecto, la actitud de la persona emprendedora y el medio considerando determinantes de tipo cualitativo, cuantitativo, estratégico y ético.

Timmons señala que los recursos, pueden ser necesarios pero que lo más importante es el plan de negocio en si, como se desarrolla siendo una herramienta fundamental de todo el sistema empresarial, por tanto, las adecuaciones o factores externos deben explicitarse como vacíos que la gestión del capital humano en si debe aprender a superar.

Gibb presenta cuatro componentes del proceso empresarial: motivación y determinación, son aquellos factores que apoyan o dificultan la inicialización en el

proceso. Idea y mercado que es el grado de factibilidad real de negocio, pero como oportunidad.

Componentes de negocio

Karl Vespers, en su estilo *New Venture Strategies* (1990), analiza 5 aspectos básicos para brindar el nivel de posibilidad de éxito en un negocio. Los que se menciona a continuación:

Conocimiento técnico; El empresario debe tener las competencias necesarias traducidas en conocimientos y capacidades para atender el negocio y como este a su vez exige.

Oportunidad: Debe establecerse con fiabilidad necesaria el grado de oportunidad que debe tener en el desarrollo de una empresa esto no debe quedar anclado en supuestos si no establecido viabilizado y sustentado.

Contactos personales: Es importante contar con una red de contacto en todos los niveles e injerencias de la empresa utilizando cada uno de los mencionados grupos de interés, pues ellas facilitan sustancialmente todas las etapas del proceso, incluyendo la consecución de recursos físicos, de clientes, de tecnología.

Recursos: todo negocio requiere de diversos recursos estos ya sean: Recursos físicos, financieros, Humanos, productivos, informáticos, tecnológicos, intelectuales y sociales. La identificación oportuna de fuentes de recursos es algo que los empresarios deben destacar como una habilidad y capacidad para detectar y aprovechar.

A continuación es importante recalcar la labor del capital humano en mencionado modelo por consecuente las estrategias de intervención son importantes como

factores claves y que ayudan en la mejora continua de las empresas, por ello se detalla las estrategias a continuación.

8.3.7 Liderazgo estratégico el desarrollo empresarial

Las compañías presentan diversos cambios y transformaciones que son influenciados por su propio entorno y otros causados por cambios procedimentales y transformaciones que se suscita a lo largo de su propia existencia es por ello y fundamental generar estrategias activas y adecuada gestión administrativa en general donde el capital humano y el talento bifurquen comportamientos emprendedores y competencias adecuadas para el desarrollo de la propia organización.

Es por ello que la empresas deben presentar los factores clave que influyen en la empresa por cada una de las etapas que pasa.

Como principales **factores clave** mencionaremos 4:

- Análisis de la situación empresarial.
- Estructura organizativa.
- El proceso para tomar decisiones y comunicación eficaz, liderazgo.
- El modelo estratégico a seguir.

En este artículo se considera fundamental como esencia consolidando las bases y ejecutando la evolución siguiendo una estructura de procesos, no dejándose llevar por los acontecimientos tanto externos e internos.

La estrategia en la planificación.

La estrategia, como proceso no está encaminada tan solo a ejecutar propuestas, sino de transformar las ideas en actividades siendo capaces de llevarlas a la práctica, con éxito, basándonos en los recursos y capacidades disponibles. Es decir, debemos

transformar las estrategias, objetivos y políticas, en programas, presupuestos y procedimientos realizables.

El proceso estratégico como esencia en la planificación se converge tanto en el presente actual como en el futuro próximo.

En ese sentido debemos ser capaces de establecer técnicas y comportamientos de trabajo que generen una ventaja competitiva, y para ello se hace fundamental la competencia del liderazgo. Liderazgo entendido como la capacidad de guiar a un grupo de personas, con sus conocimientos y capacidades individuales, para que formen un equipo eficiente, enfocado a resultados, que comparta, transmita y genere un mayor conocimiento que la suma de sus capacidades individuales, es lo que generará el aspecto diferencial que estamos buscando en la compañía.

Según Hrebiniak:

“Por muy acertada que sea una estrategia, si su implantación es mediocre, sus resultados también lo serán”. (Hrebiniak, 2005).

Es por ello la importancia de optimizar la calidad de los procesos interno en cada gestión y en cada área a determinar para que los resultados individuales y globales se concreten en éxito y represente esto en la organización un verdadero éxito.

Pero es importante mencionar que no todas las estrategias se llegan a implementar por diferentes motivos como indicaba Mintzberg (1994):

“Más de la mitad de las estrategias ideadas por las organizaciones nunca se implementan.” Mintzberg (1994).

Esto puede deberse a múltiples factores que se correlacionan ya sea por parte del desarrollo empresarial y el entendimiento propio de la oferta la demanda y la propia competencia existente que hace no imposible pero difícil atender el requerimiento y sólo lo atendemos cuando presentamos números negros en el sistema financiero de la organización, así mismo también se puede deber a factores relacionados con el propio recurso humano existente basados en su zona de confort , poco nivel de liderazgo proactivo y capacitaciones necesarias.

Ya lo descrito dentro de las estrategias de intervención estando bien definidas y entendidas se debe optar por el camino consecuente al crecimiento y desarrollo institucional

8.3.8 Crecimiento y Desarrollo Empresarial

Gran parte de las organizaciones por propia evolución y naturaleza misma quieren, necesitan crecer y desarrollarse. Pero no todas permanecen o se mantienen en el tiempo ya sea por la propia y exigente competencia existente, a la misma influencia propia de los ministerios y organismos reguladores del estado afectando política económica y socialmente, Para poder mantenerse en tiempo y espacio la empresa debe prestar vital importancia al crecimiento y su propio desarrollo organizacional mencionado a continuación:

Crecimiento organizacional y Desarrollo organizacional.

El Crecimiento Organizacional esta íntegramente relacionado con aspectos de carácter cuantitativo y se expresa en: el nivel de ventas, el nivel de utilidades, el nivel de rentabilidad, como actúa el mercado, como desarrollan los productos, el nivel de satisfacción de los clientes, y de los colaboradores, la cantidad de tiempo las

exigencias de las normativas tanto nacionales como internacionales, y el desempeño de los procesos, de toda la organización.

Los lineamientos que puede utilizar una organización para visualizar el aumento o decremento de su organización en un determinado periodo de tiempo:

- El PIB
- El promedio de crecimiento de la empresa a la que pertenece la organización,
- El (“benchmarking”)

Los lineamientos que pueden utilizar una organización para indicar alto o bajo desarrollo organizacional en un periodo de tiempo son:

- Experiencia laboral de personal que trabaja en la organización,
- Capacidad de la gente para adaptarse a los cambios previstos e imprevistos.
- Satisfacción de los colaboradores.
- Clima laboral estable.
- Cultura organizacional equilibrada y aceptada siendo claramente entendidos por el personal que trabaja en la organización.

Usar la RSE como herramienta de marketing puede contribuir en gran medida a promover tanto el compromiso de los clientes como el de los colaboradores. Para ello es importante como asociar esto en el desarrollo empresarial, lograr la visibilidad de una empresa altamente responsable socialmente justifica y ayuda en gran magnitud al logro de sus intereses y objetivos, así mismo los grupos de interés se ven altamente beneficiados convirtiéndose al final en sus propios pilares de crecimiento y desarrollo empresarial. A continuación realcemos dicha relación.

8.3.9 Marketing como desarrollo Empresarial

Para el presente sub título se aborda un artículo trabajado en Colombia en la Universidad Libre de Colombia por Cristian Yair Montes Gallón ¹ , Maurer Daniel Velásquez Calderón² , Felipe Acero Ávila³ ¹ Ingeniero Industrial, Universidad Libre, CristianYMG7@gmail.com ² Ingeniero Industrial, Universidad Libre, maurerd.velasquezc@unilibrebog.edu.co ³ Ingeniero Industrial, Universidad Libre, felipe.aceroa@unilibrebog.edu.co.

Tipo de Artículo: Artículo de Reflexión no Derivado de Investigación

8.3.9.1. Marketing en las Organizaciones

Definición de Marketing

El marketing se ha definido de muchas formas, Philip Kotler reconocido como el padre de la mercadotecnia y Gary Armstrong (2012) afirman “El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y las organizaciones obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando valor con otros” (p.6). Igualmente, McCarthy y Perreault (2001) proponen:

Las metas de una organización se describen en actividades que deben concretar dicho proceso es por ello que el marketing tiene vital importancia al utilizar estrategias para la concreción de sus resultados anticipándose a los requerimientos del cliente final en todos sus procesos.

La American Marketing Association (2013) plantea “la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general”. Por ello todas aquellas actividades encausadas a contribuir con el objetivo

de anticiparse a los clientes finales, a sus requerimientos y necesidades siendo más aún sostenible en el tiempo son propias de las estrategias y operaciones que realice el marketing con el fin de satisfacerlas generando valor y así obtener beneficio para la organización.

Proceso de Marketing

Los procesos del marketing siguen una trayectoria de orden secuencial y estratégicamente sistemática, es decir, que es posible establecer para el mismo un proceso definido, sin embargo, al igual que la gran cantidad de conceptos que se pueden encontrar alrededor de este término hay incontables metodologías que hacen referencia a la gestión del mismo en las organizaciones, así mismo se aborda el modelo planteado por Philip Kotler y Gary Armstrong (2012) cuyo objetivo es generar valor en la clientela.

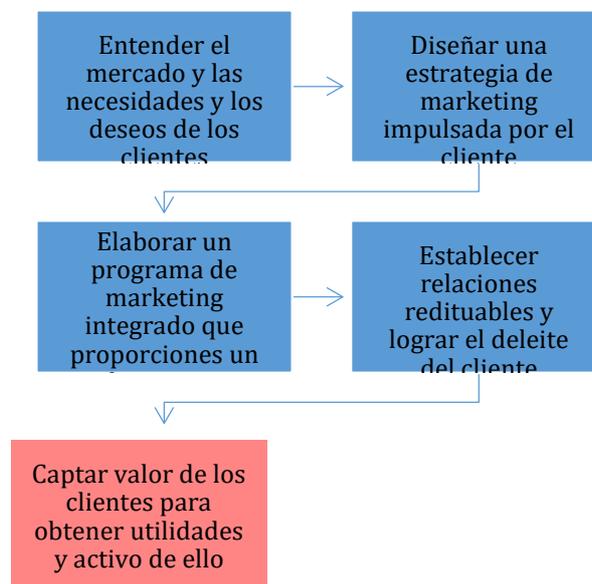


Figura 1. Un modelo sencillo del proceso de marketing. En los primeros cuatro pasos se pretende comprender a los consumidores, crear valor para los mismos y establecer relaciones sólidas que permitan una buena interacción, el último paso que también puede ser visto como la retribución del proceso, hace referencia a la recompensa que

obtienen las organizaciones a consecuencia del valor superior que han generado en sus clientes.

Fuente: Kotler, P. y Armstrong, G. (2012). Marketing.

Este gráfico representa cada una de las etapas por las que debe evidenciar los objetivos que persigue la empresa y la concreción de la misma en el desarrollo y emprendimiento empresarial.

Entre las actividades desarrolladas en el marketing es clave dar a conocer el nivel y tipo de comunicación consecuente entre la empresa y el cliente, donde las redes sociales toman un lugar importante.

A continuación se hace una cita extraída del mismo repositorio donde se evidencia un caso de suma importancia el caso Kodak.

Kodak quien logró posicionarse como líder del desarrollo comercial de la fotografía gracias a sus innovaciones tecnológicas con una cuota de mercado del 70% en los años 90 es ejemplo de una mala gestión del marketing en referencia a la oferta de productos que satisficieran las necesidades de sus clientes en el momento indicado. Aunque se destacó en innovación, kodak pronto se convirtió en una empresa conservadora enfocada en la rentabilidad y no en el cliente, a pesar de ser pionera en nuevos desarrollos, estuvo renuente a afrontar los cambios que el mercado y sus consumidores le exigían ciñéndose al pasado y perdiendo la oportunidad de ser pioneras en un nuevo mercado digital en el cual ya había realizado sus primeros pasos, dado que Kodak se mostró renuente en ofrecer sus nuevos desarrollos al mercado, la competencia aprovecho la oportunidad y cuando esta deseo reaccionar era demasiado tarde. La empresa se vio superada cuando dejo de comprender a sus consumidores (Netquest, 2015).

A modo de análisis y conclusión final en esta parte del marco teórico conceptual y los antecedentes descritos, la importancia de colocarlos se manifiesta en el sustento práctico, en como evidencian dichos antecedentes sus trabajos utilizando métodos y técnicas cuantitativas, cualitativas o mixtas, los instrumentos con su respectiva validez y confiabilidad ya sean en las encuestas, en la estructura de las entrevistas directas o en la observación directa con su lista de cotejo o chequeo, por ende el sustento teórico ayuda a CONOCER de los resultados y las conclusiones descritas en cada uno de mencionados antecedentes.

El marco teórico adscrito al presente trabajo de investigación busca consolidar las aportaciones de las revistas indexadas por cada artículo trabajado, esos mismos tienen importante relevancia y licencia de autenticidad lo que ayuda a que el trabajo sea de alto nivel de confiabilidad.

Por ello es importante mencionar a **Pablo Raúl Bonorino Ramírez (2008)**, profesor titular de Filosofía del Derecho de la Universidad de Vigo, en España explica:

Por ello es importante mencionar a Pablo Raúl Bonorino Ramírez (2008), profesor titular de Filosofía del derecho de la Universidad de Vigo de, en España explica que toda investigación puede ser original siempre y cuando se pueda visualizar en contextos, realidades, diferentes, buscando diversos tipos de intervención y metodología que si bien es cierto son independientes estas se pueden fusionar para poder construir conceptos y nuevas teorías que puedan explicar y describir otras realidades así como también la relación entre las variables y como estas pueden influir de manera distinta en diversas unidades de análisis.

“El desafío cuando uno elabora un proyecto de investigación, es reflexionar y poner en evidencia en qué sentido su trabajo puede ser considerado original, y para ello es muy importante tener en cuenta las características específicas del área en el que se propone desarrollar las labores e investigación planeadas”, (2008)

8.4. DEFINICIÓN DE TERMINOS

8.4.1 Estándares de Calidad.- Los estándares son los niveles que se desean alcanzar, y que debe tener el resultado de una determinada actividad o programa. el estándar es la norma técnica que se utilizará como INDICADOR PARA EVALUAR LA CALIDAD.

8.4.2 Responsabilidad social interno y externo.- La responsabilidad social interna refiere a los derechos de trabajadores, la salud y seguridad de los trabajadores, los derechos naturales y de los impactos ambientales, en cuanto a la RSE refiere a las comunidades locales, a los socios comerciales, proveedores y derechos humanos y problemas ambientales mundiales.

8.4.3 Medio ambiente.- Es el espacio en el que se desarrolla las personas y todo organismo viviente permitiendo la interacción de los mismos.

8.4.4 Generación de rentas gravadas.- El objeto del gasto debe ser la generación de ingresos que la ley califique como rentas de tercera categoría

8.4.5 Stakeholder.- Refiere a todas aquellas personas u organizaciones afectadas por las actividades y las decisiones de una empresa.

8.5. RESULTADOS

INVESTIGACION

El estudio busca determinar si la empresa SILSA tiene una relación significativa entre la RSE y cómo impacta en el desarrollo empresarial como una ventaja competitiva. En ese sentido se investigará si existe interés de la organización por el medio ambiente, si existe el apoyo a diversos programas sociales involucrando a los colaboradores y sus clientes y por último que tan involucrados están sus directivos frente a ello.

Por lo tanto, la presente investigación se realizará en el local principal de SILSA que está ubicado en calle los Negocios N° 467 – Surquillo.

8.5.1 Población y Muestra

Población

La población de este trabajo de investigación será constituida por dos Jefes de departamento, Jefe de RRHH y el Jefe de Logística.

Muestra

La muestra es intencional se tomara en cuenta a las personas que tengan cualidades y conocimiento para desarrollar nuestro investigación.

8.5.1 Operacionalizacion de las Variables

La investigación interrelaciona la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial como un gestor fundamental que impulse el Desarrollo Empresarial y mida el impacto que el mismo genera. A continuación, algunos indicadores de gestión:

Variable 1: Gestión de la Responsabilidad Social

Indicadores:

- % de satisfacción de los stakeholders
- % de participación de los trabajadores
- % de cumplimiento de las normas de seguridad, salud y medio ambiente
- % de cumplimiento con el cuidado del medio ambiente
- % de cumplimiento de las capacitaciones en seguridad, salud y medio ambiente

Variable 2: Desarrollo Empresarial

Indicadores:

- Capacidad de Planeación y toma de decisiones
- Crecimiento sectorizado
- Posicionamiento en el mercado

8.5.2 Recolección de datos

Las técnicas utilizadas en el estudio fueron de tipo cualitativa que se presentaran a continuación:

8.5.2.1 Entrevistas Semiestructurada: Esta técnica será utilizada principalmente para los funcionarios y directivos de la organización para llegar a determinar el cumplimiento por parte de ellos y si cumplen con lo establecido.

8.5.2.2 Observación directa: Esta técnica nos ayudara a observar atentamente los lugares de operación y tomar información para luego registrarla para un posterior análisis.

8.5.2.3 Revisión Documental: Se ha utilizado esta técnica para obtener datos que pueda tener la empresa como normas, manuales, reglamentos etc. y que nos pueda ayudar con nuestro tema de investigación.

Presentación de los instrumentos que miden las variables de estudio:

- Cuestionario Abierto – ANEXO 1
- Lista de Cotejo
- Documentos, videos y fotos.

Resultados del cuestionario

| ENCUESTA ABIERTA | Entrevistado nº01 | Entrevistado nº02 |
|---|--|--|
| | Jefe de RRHH | Jefe de Logística |
| 1. ¿La vision y la misión de Silsa esta relacionado con la Responsabilidad Social? | Si, porque nuestra misión es Brindar a nuestros clientes servicios de manera oportuna responsable y eficiente | Si, la relación se evidencia a través de nuestros procesos que se realizan de acuerdo a lo que indica la norma ISO 14001 |
| 2. ¿Organizan eventos corporativos de integración? | Si, generalmente en el mes de junio aprovechando el aniversario de la empresa. Adicionalmente se celebra un evento por fin de año. | SI, la integración se da en la reunión por el aniversario de la empresa y por fin de año |
| 3. ¿La empresa realiza visitas de inspección para verificar las prácticas de Responsabilidad Social | Tengo entendido que si realizan visitas para evidenciar los procesos y verificar si cumplen con los requerimientos y exigencias por parte de nosotros. | Si, nuestra politica en el area de logistica es tratar de buscar proveedores que cumplan con todos los estandares de seguridad y cuidado ambiental. Es por ello que contamos con el ISO 14001. |

| | | |
|---|---|--|
| <p>4. ¿Se promueve programas de ayuda social a la comunidad? Si es afirmativo: Los métodos de ayudas sociales son: a) Fondos monetarios b) Productos / Servicios c) Equipos, Instalaciones o Tecnología</p> | <p>NO</p> | <p>NO</p> |
| <p>5. ¿Desarrollan los directivos o los colobaradores donaciones para realizar ayuda social?</p> | <p>Tenemos un convenio con Aldeas infantiles para donar materiales reciclables.</p> | <p>Silsa dona materiales reciclables a Aldeas infantiles, sin embargo es poca la ayuda tomando en cuenta que somos una organización con poder economico.</p> |
| <p>6. ¿Cuenta la empresa con una política interna o normas que fijen objetivos o estándares de seguridad, salud y medio ambiente?</p> | <p>Si. Se cuenta con certificación internacional ISO 9001 e ISO 14001, ISO 18001.</p> | <p>SI, contamos con Certificaciones como ISO 9001 y ISO 14001, ISO 18001</p> |
| <p>7. ¿En la organización existe la cultura de evitar contaminar el medio ambiente?</p> | <p>Si. Se han definido objetivos y existe un programa de inducción al personal orientado al cuidado del medio ambiente.</p> | <p>Si, nuestros procesos se realizan bajo las líneas establecidas por la ISO 14001 e ISO 9001</p> |
| <p>8. ¿ Cuentan con programas de capacitación para todas las áreas en el tema de RSE?</p> | <p>Si. Existen programas de capacitación en todo lo relacionado con la Seguridad, Salud y Medio Ambiente</p> | <p>SI las capacitaciones son constantes.</p> |

| | | |
|--|--|--|
| <p>9. ¿Dentro del plan estratégico de SILSA está contemplado la RS como factor para su desarrollo empresarial?</p> | <p>No, pero se encuentra como agenda para realizar su inclusión.</p> | <p>No, pero es un proceso que será implementado en el siguiente PEI</p> |
| <p>10. ¿La RS es parte fundamental para el desarrollo empresarial de SILSA?</p> | <p>Si, es por ello que varios de nuestros procesos se enfocan en la RS.</p> | <p>Si y eso se evidencia que nuestros procesos están bajo el lineamiento de nuestras certificaciones</p> |
| <p>11. ¿La RS se extiende a las demás ciudades en las que están presentes?</p> | <p>Si, los lineamientos impartidos desde la oficina central son de cumplimiento obligatorio en todas las ciudades donde prestamos servicio.</p> | <p>En estos momentos se toma mas intereses en Lima pero se esta abordando de a pocos en las provincias.</p> |
| <p>12. ¿Se han hecho campañas de Mk Social?</p> | <p>NO.</p> | <p>NO.</p> |
| <p>13. ¿Cree usted que la RS es vital para la sustentabilidad y Rentabilidad de cualquier empresa?</p> | <p>Si, porque ayuda a mejorar los procesos y con el mejoramiento continuo se logra incrementar la rentabilidad.</p> | <p>Si, el desarrollo de nuestros procesos bajo los lineamientos de las certificaciones nos proporciona una mejora que se refleja en nuestra rentabilidad</p> |
| <p>14. ¿La empresa cuenta con un presupuesto anual para llevar a cabo sus proyectos sociales?</p> | <p>NO</p> | <p>NO</p> |
| <p>15. ¿Cree usted que invirtiendo en RSE el mercado laboral crecerá o seguirá igual?</p> | <p>Definitivamente el mercado laboral crecerá ya que brindará mayores beneficios no solo para el personal de la empresa sino también para la comunidad en general.</p> | <p>SI, toda mejora de los procesos trae como consecuencia una mayor rentabilidad</p> |

| | | |
|--|---|--|
| <p>16. ¿La empresa tiene algún programa o certificación de calidad de sus productos o servicios?</p> | <p>Si, contamos con tres certificaciones: ISO 9001, ISO 14001 e ISO 18001.</p> | <p>ISO 9001 – 2015 ISO 14001</p> |
| <p>17. ¿La empresa tiene un departamento de servicio al cliente o canales gratuitos para atender al cliente?</p> | <p>Si. La empresa cuenta con un Area de Atención al cliente. Adicionalmente se utiliza nuestra página en Facebook para el acercamiento con nuestros trabajadores y público en general. Por el momento no contamos con una línea telefónica gratuita, pero se encuentra en proyecto su implementación en el corto plazo.</p> | <p>SI, contamos con una persona que realice el seguimiento de la ejecución de los servicios directamente con el cliente a través de encuestas.</p> |

LINEA DE COTEJO:

Observación Directa

En la visita realizada a la oficina de la empresa SILSA se ha podido encontrar las siguientes observaciones:

Centro de reciclaje

Código de colores para separación de residuos

- Color blanco. - para plásticos, botellas de plástico, bolsas, micas, vinifan, recipientes descartables de oficina.
- Color azul. - Para papel reciclado, revistas, periódicos, cuadernos etc.

- Color Rojo. - Para residuos peligrosos, pilas, fluorescentes, focos, envase de productos de limpieza cartuchos de tinta y tóner, cuidando el medio ambiente.



FUENTE: Fotografía propia

Tachos para papel reciclado

Se ha podido observar que existen tachos para papeles reciclados los mismos están bien identificados y rotulados.

Como se podrá observar todo lo reciclado por SILSA son donados, ya que nos cuentan que existe un convenio realizado entre la empresa SILSA y las aldeas infantiles.



FUENTE: Fotografía propia

Cartillas de anuncios de cuidados ambientales

Continuando con la visita a la empresa Silsa se ha observado que el personal antes de retirarse al comedor para cumplir con su hora de refrigerio tiene el hábito de apagar las luces de su lugar de trabajo y llevar sus residuos generados hasta ese momento. Eso al parecer se da porque existen cartillas enunciativas, cumpliendo así con el cuidado del medio ambiente.



OBJETIVOS AMBIENTALES – SILSA 2018



FUENTE: Intranet SILSA

Cursos de Capacitación

Se ha podido comprobar que SILSA realiza capacitaciones a sus colaboradores según se ha podido observar.



FUENTE: INTRANET SILSA

Revisión Documentaria:

Matriz IPERC

Se identificó que Silsa cuenta con la Matriz de Identificación de Peligros, Evaluación de Riesgos y Determinación de Controles

Política Ambiental

| POLITICAS DE SEGURIDAD AMBIENTAL | | |
|---|--|--|
| POLITICA | OBJETIVO | INDICADOR |
| Prevenir la contaminación y fomentar el uso racional de los recursos, identificando y controlando nuestros aspectos ambientales | Prevenir la contaminación del suelo manejando los residuos solidos | Cumplimiento del programa ambiental RRSS (meta 90%) (Actividades: Capacitación, Segregación, de residuos por colores, Recojo a cargo de EORS) |

| | | |
|---|--|--|
| <p>Cumplir los requisitos aplicables de nuestra organización deba aplicar en materia de calidad, Medio ambiente, Seguridad y salud en el trabajo, en el marco de su responsabilidad Social Empresarial.</p> | <p>Fomentar prácticas de ahorro, de energía eléctrica en nuestras instalaciones.</p> | <p>% de energía ahorrada (meta 2% menos que el primer semestre 2018) (Actividades: Cambio de luces led, capacitación, seguimiento, inspección)</p> |
|---|--|--|

FUENTE: intranet SILSA

Certificación del ISO 14001 y Política Integrada de Sistemas de Gestión



FUENTE: intranet SILSA



POLITICA INTEGRADA DE SISTEMAS DE GESTIÓN

SERVICIOS INTEGRADOS DE LIMPIEZA S.A. (SILSA),

Brinda servicios de limpieza de instalaciones de centros hospitalarios y limpieza en general, así como limpieza especializada, mantenimiento de infraestructura y servicios complementarios.

La Dirección y Administración de SILSA están comprometidas con el Sistema Integrado de Gestión de la empresa y asumen los principios siguientes:

- A. Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, cumpliendo con calidad los requisitos establecidos.
- B. Proteger la salud de nuestros colaboradores, previniéndolos de accidentes, incidentes y enfermedades relacionados con el trabajo, asumiendo el compromiso de garantizar un ambiente laboral más seguro.
- C. Promover la participación y consulta de nuestros trabajadores y representantes en el desarrollo de nuestro Sistema Integrado de Gestión, especialmente lo relativo a Seguridad y Salud en el Trabajo.
- D. **Prevenir la contaminación y fomentar el uso racional de los recursos, identificando y controlando nuestros aspectos ambientales.**
- E. Contribuir con la colectividad y el entorno ambiental con un sentido de Responsabilidad Social Empresarial, generando valores de concientización y colaboración entre nuestros trabajadores.
- F. Cumplir los requisitos legales y requisitos aplicables que nuestra organización deba aplicar en materia de Calidad, Medio Ambiente, Seguridad y Salud en el Trabajo, en el marco de su Responsabilidad Social Empresarial.
- G. Desarrollar nuestros procesos considerando el uso de la tecnología, trabajo en equipo, capacitación y compromiso de los trabajadores, orientados a la mejora continua de nuestro Sistema de Gestión de Calidad, Medio Ambiente y Seguridad y Salud en el Trabajo, como parte de buenas prácticas ambientales, sociales y profesionales.


Percy Toledo Arbaiza
Gerente General SILSA
Código: P
Revisión: 12
05 de setiembre de 2018

FUENTE: intranet SILSA

8.6 ANALISIS DE RESULTADOS

Los análisis de los resultados se efectuarán por cada una de las preguntas del instrumento de investigación y estos guardarán relación en algunas ocasiones con los documentos encontrados y la observación directa

Variable: Responsabilidad Social

Dimensión: Social (Interna y Externa)

- % de satisfacción de los stakeholders

| CUESTIONARIO ABIERTO | RESULTADOS |
|---|---|
| 1. ¿La vision y la misión de Silsa esta relacionado con la Responsabilidad Social? | La Misión de Silsa según su página Web es: Brindar a nuestros clientes servicios de manera oportuna responsable y eficiente. En ese sentido los entrevistados corroboran que si se relacionan su mision con la Responsabilidad Social Empresarial y esto tambien se ven reflejado en sus certificaciones obtenidas (ISO 9001 y el ISO 14001). |
| 2. ¿Organizan eventos corporativos de integración? | Los entrevistados replican que salvo en dos ocasiones se realizan eventos de integración, esto a raíz a su elevado gastos de realización. Estos eventos sociales se encuentran publicados en el intranet. |
| 3. ¿La empresa realiza visitas de inspección para verificar las prácticas de Responsabilidad Social | SILSA si cumple con los estándares de calidad es por ello que cuentan con el ISO 14001 que garantiza a sus clientes las buenas prácticas ambientales. SILSA por ser una empresa que utiliza insumos químicos para su servicio de limpieza busca proveedores que cumplan con productos de calidad y que cuiden el medio ambiente. |

- % de participación de los trabajadores

| ENCUESTARIO ABIERTO | RESULTADOS |
|---|--|
| 4. ¿Se promueve programas de ayuda social a la comunidad? Si es afirmativo: Los métodos de ayudas sociales son: a) Fondos monetarios b) Productos / Servicios c) Equipos, Instalaciones o Tecnología | Según los entrevistados señalan que si existe participación en la ayuda social por parte del empleador como de sus colaboradores. Puesto que en la actualidad existe apoyo social por parte de SILSA a travez del reciclaje, esto conlleva a seleccionar los materiales de acuerdo al material y se ubica en el tacho indicado y posteriormente los venden a un tercero para luego ser donado a la fundación de Aldeas Infantiles. |
| 5. ¿Desarrollan los directivos o los colaboradores con donaciones para realizar ayuda social? | |

Dimensión: Seguridad, Salud y Medio Ambiente

- % de cumplimiento de las normas de seguridad, salud y medio ambiente
- % de respeto del medio ambiente

| ENCUESTARIO ABIERTO | RESULTADOS |
|--|---|
| 6. ¿Cuenta la empresa con una política interna o normas que fijen objetivos o estándares de seguridad, salud y medio ambiente? | SILSA mantiene en documento y registro normas y procedimientos que contemplan los tres aspectos fundamentales que son la seguridad, salud y medio ambiente. Es por ello que se adecuan a la protección de sus colaboradores como también a la comunidad con el cuidado ambiental. |
| 7. ¿En la organización existe la cultura de evitar contaminar el medio ambiente? | |

Dimensión: Política Interna

- % de cumplimiento de las Capacitaciones

| ENCUESTARIO ABIERTO | RESULTADOS |
|--|---|
| 8. ¿ Cuentan con programas de capacitación para todas las áreas en el tema de RSE? | Según los entrevistados y las fotos del intranet si existen constantes capacitaciones para los colaboradores esto con el propósito de asegurar el cumplimiento de la RSE como tambien el desarrollo profesional y las buenas prácticas. |

Variable: Desarrollo Empresarial

Dimensión: Estrategias y Marketing

- Capacidad de planeación y toma de decisiones

| ENCUESTARIO ABIERTO | RESULTADOS |
|---|---|
| 9. ¿Dentro del plan estratégico de SILSA está contemplado la RS como factor para su desarrollo empresarial? | SILSA no contempla en su plan estratégico la RSE como estrategia de desarrollo pero lo tiene en carpeta para su PEI 2022-2025. Sin embargo, sus lineamientos y operaciones lo reflejan cuando realizan sus actividades que están orientadas a la RSE. |
| 10. ¿La RS es parte fundamental para el desarrollo empresarial de SILSA? | |
| 11. ¿La RS se extiende a las demás ciudades en las que están presentes? | Según los entrevistados en la pregunta 11 y 12 señalan que a Silsa le está faltando incursionar en el tema del Marketing mix. Esto se está viendo reflejado en su cartera de clientes. |
| 12. ¿Se han hecho campañas de Mk Social? | |

Dimensión: Sostenibilidad

- % de crecimiento en el Sector

| ENCUESTARIO ABIERTO | RESULTADOS |
|---|--|
| 13. ¿Cree usted que la RS es vital para la sustentabilidad y Rentabilidad de cualquier empresa? | Los entrevistados manifiestan que si existe relación entre la RSE y la sostenibilidad puesto que si se invierte en RSE, llegaran a tener una ventaja competitiva frente a tus competidores y todo ello se vera reflejado en la rentabilidad. |
| 14. ¿La empresa cuenta con un presupuesto anual para llevar a cabo sus proyectos sociales? | |
| 15. ¿Cree usted que invirtiendo en RSE el mercado laboral crecerá o seguirá igual? | |

Dimensión: Mercado

- Posicionamiento en el Mercado

| ENCUESTARIO ABIERTO | RESULTADOS |
|--|---|
| <p>16. ¿La empresa tiene algún programa o certificación de calidad de sus productos o servicios?</p> | <p>SILSA si muestra interés en contar con todas las certificaciones que tengan relación con sus operaciones es por ello que cuentan con los ISOS: 9001 - Gestión de Calidad, 14001 Medio Ambiente y 18001 Seguridad.</p> |
| <p>17. ¿La empresa tiene un departamento de servicio al cliente o canales gratuitos para atender al cliente?</p> | <p>SILSA si cuenta con medios suficientes para la atención al público en general, estos ya sean vía web o teléfonos. Sin embargo esta en carpeta la línea gratuita de atención al cliente a corto plazo esto a consecuencia de que su cartera de clientes aumenten ya que su principalmente cliente es ESSALUD.</p> |

9 CONCLUSIONES

- Las diferentes gerencias y sub gerencias utilizan las buenas prácticas de responsabilidad social mediante acciones dirigidas al uso y manejo adecuado de los productos que ofrecen así mismo de los servicios que prestan, por ende las capacitaciones dirigidas en salud ocupacional con sus representantes y colaboradores ponen en manifiesto los certificados obtenidos como son el ISO 9001 SGS, documenta los procesos, procedimientos y responsabilidades para lograr objetivos y políticas de calidad. Basada en ocho principios de gestión de calidad, la norma ISO 14001 que presenta SILSA define el modo en el que una organización funciona para cumplir con los requisitos de sus clientes y accionistas en este caso de sus stakeholders, por otro lado también presenta IAF y UKAS, acreditaciones concernientes que son sistemas que tienen certificación de Sistemas de Gestión Ambiental. En la práctica según lo previsto con dos eventos anuales es difícil conseguir que los colaboradores sean cada vez más competentes por tanto que no se evidencia una adecuada comunicación entre los directivos y los colaboradores, como lo indica “La comunicación fomenta la motivación” (Robbins, 2004, p.284). Efectivamente a través de ella los integrantes de una organización tienen claridad acerca de lo que tienen que hacer, cómo lo están ejecutando, qué desempeños pueden mejorar.
- En conclusión estaría faltando a la empresa SILSA manejar el eje de los programas de voluntariado corporativo que constituyen una de las estrategias de las empresas para acercarse a la comunidad, en la medida que la misma apoya y promueve distintas actividades llevados a cabo por sus empleados. En cierta forma lo están haciendo pero solo con otra organización no gubernamental y deben afianzarse más a la comunidad porque ayuda a que los colaboradores de la empresa fomenten la solidaridad entre ellos y la comunidad, promueva nuevas visiones y valores,

incentive a que mejore las habilidades de trabajo en equipo fortaleciendo el vínculo con la empresa a su vez que eleva la moral.

- En SILSA SI EXISTE programa de salud ocupacional más aún por la naturaleza misma de la organización, la misma que está orientada a prevenir los accidentes de trabajo y prevenir las enfermedades profesionales, a través de la mejora de las condiciones de trabajo.
- Dentro de las políticas internas se concluye fehacientemente que si se realizan todos los programas de RSE, como también los programas de capacitación en seguridad medio ambiental.
- Se concluye que en el área de marketing SILSA no emplea buenas estrategias para mejorar el nivel de producción y productividad, así mismo el marketing interno no favorece en nada, como también la viabilidad de trabajar las buenas prácticas de RSE enfocado en un marketing mix y un marketing social para optimizar las redes de contacto y negocios. Los grupos de interés en SILSA no se encuentran íntimamente relacionados porque falta cohesión y conocimiento de aplicar como estrategia corporativa la RSE. De acuerdo con Vaz (2003, p. 281), el marketing social también puede ser comprendido como “la modalidad de acción mercadológica institucional que tiene por objetivo principal atenuar o eliminar los problemas sociales, las carencias de la sociedad que se relacionan, en especial, con las cuestiones de higiene y salud pública, trabajo, educación, vivienda, transporte y alimentación”.
- Se puede llegar a la conclusión que SILSA como empresa no tiene definido un área ejecutable y a la vez facturable de RSE y por tanto las áreas no se encuentran

integradas en la gestión de los programas que presenta la empresa en temas de RSE, esto aborda a que las ejecuciones y procedimientos concernientes a la elaboración, ejecución y monitoreo del mismo sea evaluado y medido por personal poco calificado por ello se debe atenuar que las certificaciones que presente SILSA se enlacen y se condensen en un área laboral propio y que esta a su vez sea autónoma. SILSA debe enfocarse más en el desarrollo y crecimiento de la empresa utilizando como eje también programas de desarrollo sostenible no sólo a nivel local sino también a nivel regional y nacional.

- Se concluye que SILSA presta mucha atención según los datos cualitativos arrojados al posicionamiento en el mercado puesto que cuida mucho la fidelización no solo de sus potenciales clientes sino también del micro y pequeño empresario. Es importante cuidar y velar por la fidelización del cliente, tal como se indica en el artículo de la revista TEC Empresarial Volumen 5,2011; donde manifiesta a la fidelización del cliente - empresa sea estable y perdurable. La fidelidad se produce cuando la actitud del cliente frente a la empresa es ideal, en la compra de los productos y servicios de la misma.

10 RECOMENDACIONES

- Se recomienda utilizar un ROF y un MAPRO en la organización para establecer políticas de calidad alineadas tanto con las certificaciones descritas por la empresa y con los objetivos de la misma, generando en ellas una cultura organizacional estable, permitiéndose realizar auditorías internas en cada una de las áreas trimestralmente. Por otro lado, debe existir una ruta de canalización en la comunicación tanto entre directivos y colaboradores de la empresa, esa ruta de canalización de la comunicación debe estar auditada constantemente por el personal de capital humano, como una política de incentivo generando sentido de pertenencia e identidad corporativa en la organización para ello se debe capacitar en temas relacionados a la gestión del talento humano seguido por expertos en el tema como asesoría externa.
- Las buenas prácticas de responsabilidad social empresarial deben estar íntegramente vinculadas con la cultura de la organización como parte de su crecimiento y competitividad empresarial, eso genera una buena imagen para la organización haciendo de ella una empresa creíble, confiable y sostenible en el tiempo por ello se recomienda que cada área de la organización debe establecer políticas de RSE y que estas se puedan puntuar y medir en la evaluación de desempeño laboral de los colaboradores y directivos. Por otro lado, debe estar claramente definido como un eje transversal en la línea de carrera de cada uno de los colaboradores
- Se recomienda que estas normativas de salud ocupacional se sigan respetando tanto en deber como en compromiso, por consecuencia se necesita seguir desarrollando programas de capacitación y monitoreo trabajadores para prevenir accidentes, fortaleciendo la seguridad, en todas las áreas de la organización, estos

programas deben de ser medidos por expertos para ver el lado de vulnerabilidad en el factor riesgo.

- Se recomienda que las capacitaciones se orienten más a comprobar el buen funcionamiento de los equipos y tomar las medidas correctivas si fueran necesarias; elaborar y actualizar estadísticas de incidentes y/o accidentes, para luego tomar las acciones derivadas de las investigaciones, que nos permitan eliminar las causas básicas de los mismos.
- Por ello se debe recomendar optimizar en el área de marketing las estrategias de marketing mix, marketing on line y marketing social enfocado a la cultura visible de la organización como una estrategia global de apalancamiento para ser más visibles a nivel nacional e internacional, así mismo, se recomienda que SILSA debe invertir más en CONFERENCIAS, SIMPOSIUMS Y SEMINARIOS, tratando de generar conciencia social en la comunidad y en la organización por ello debe establecer fuertes lazos con el estado. Así como también con las ONGs que brinden ayuda en las regiones de extrema pobreza y fuerte vulnerabilidad en la calidad de vida.
- Se recomienda mantener estrecha relación y participación tanto directa como indirecta con los diversos ministerios que estén abocados a la ayuda social, así mismo ser partícipe de diversas licitaciones que estén emparentadas con los gobiernos regionales en temas relacionados a la educación, pobreza salud y oportunidad laboral para el desarrollo sostenible y sustentable de la comunidad y de la nación. Es así que debe tener un área de proyectos y convenios con el estado creando programas que encaminen a la mejora continua tanto de sus procesos de RSE y desarrollo de la comunidad.

- Se recomienda optimizar más en la fidelización del cliente trabajando ya con ellos como parte de la organización haciéndolos participes de las ganancias a través del marketing de boca a boca con promociones que puedan hacer más atractiva a la organización, Los programas encaminados a la fidelización del cliente deben estar integralmente relacionados al marketing mix haciendo mención a ellos sobre todo en la promoción y la publicidad utilizando diversos mecanismos como televisivos, redes sociales entre otras.

11.- Referencia bibliográfica:

- 1 Tesis PUCP “La Responsabilidad Social Empresarial como medio de Rentabilidad y Competitividad” (Escobar E, LIMA 2015), Consultado el 05 de Setiembre del 2018.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/6917>
- 2 Tesis USMP “La Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas mineras en el Perú y su incidencia en el Desarrollo Sostenible de las comunidades de su entorno” (Espinoza L, LIMA 2015), Consultado el 05 de Setiembre del 2018.
http://www.repositorioacademico.usmp.edu.pe/bitstream/usmp/1857/1/espinoza_gl.pdf
- 3 Revista Indexada PUCP “La Responsabilidad Social Empresarial en el Perú: Desafíos y Oportunidades”, (Barbachan M, LIMA 2016), Consultado el 31 de agosto del 2018.
<http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/innovag/article/view/18749/18989>
- 4 Revista Indexada ULADECH “Gastos por Responsabilidad Social Empresarial y su Deducibilidad en la determinación de la Renta Imponible”, (Escalante N & Velásquez N, LIMA 2016), Consultado el 31 de agosto del 2018.
<http://revistas.uladech.edu.pe/index.php/increcendo-ciencias-contables/article/view/1210>
- 5 La Responsabilidad Social y Medio Ambiental De La Empresa: Una Perspectiva Desde Cuba (Sánchez A & Ocampo D, CUBA 2016) , Consultado el 05 de Setiembre del 2018.
https://www.accioncontraelhambre.org/sites/default/files/documents/revista_rse_n27_3nov.pdf#page=15
- 6 Las Memorias de Sostenibilidad GRI y los informes de progreso del pacto mundial: una comparación internacional (Ortiz M & Inchausti B, 2016) Consultado el 06 de Setiembre del 2018.
https://www.researchgate.net/profile/Maria_Sancho3/publication/274707336_La_responsabilidad_social_en_las_pymes_andaluzas_Analisis_de_la_percepcion_del_empresariado_andaluz/links/5a59e66daca2727d6082a6c5/La-responsabilidad-social-en-las-pymes-andaluzas-Analisis-de-la-percepcion-del-empresariado-andaluz.pdf#page=73

- 7 Gestión Administrativa en el Desarrollo Comercial de La Empresa Creaciones Diana Carolina De Los Ríos (Montes D, ECUADOR, 2017), Consultado el 30 de agosto del 2018.
<http://186.3.45.37/bitstream/123456789/7723/1/TUQEXCOMADM018-2017.pdf>
- 8 Análisis del Desarrollo y Crecimiento Empresarial de las Pymes en la Ciudad de Machala y su permanencia en el mercado (Romero J, ECUADOR 2018), Consultado el 31 de agosto del 2018.
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12681/1/ECUACE-2018-AE-CD00353.pdf>
- 9 Modelo Conceptual de Desarrollo Empresarial Basado en Competencias. Consultado el 30 de octubre del 2018
<http://www.scielo.org.co/pdf/eg/v22n100/v22n100a01.pdf>
- 10 Estrategia y liderazgo para el desarrollo empresarial | Factores clave Consultado el 30 de octubre del 2018
<https://www.seas.es/blog/gestion-empresarial/estrategia-y-liderazgo-para-el-desarrollo-empresarial-factores-clave/>
- 11 Crecimiento Organizacional & Desarrollo Empresarial, Consultado el 30 de octubre del 2018
<http://www.grupoalbe.com/crecimiento-organizacional-vs-desarrollo-organizacional/>
- 12 Marketing como desarrollo Empresarial, Consultado el 30 de octubre del 2018
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/10709/ART%C3%8DCULO.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

12.- ANEXO 1

CUESTIONARIO ABIERTO

- 1.: ¿La visión y la misión de Silsa está relacionado con la Responsabilidad Social?
- 2: ¿Organizan eventos corporativos de integración?
- 3: ¿La empresa realiza visitas de inspección para verificar las prácticas de responsabilidad social de sus proveedores y cliente?
- 4: ¿Se promueve programas de ayuda social a la comunidad?
- 5: ¿Han desarrollado benchmark de empresas líderes en RSE ya sea de su sector o no?
- 6 ¿Cuenta la empresa con una política interna o normas que fijen objetivos o estándares de seguridad, salud y medio ambiente?
- 7: ¿En la organización existe la cultura de evitar contaminar el medio ambiente?
- 8: ¿Cuentan con programas de capacitación para todas las áreas en el tema de RSE?
- 9: ¿Dentro del plan estratégico de SILSA está contemplada la RS como factor para su desarrollo empresarial?
- 10: ¿La RS es parte fundamental para el desarrollo empresarial de SILSA?
- 11: ¿La RS se extiende a las demás ciudades en las que están presentes?
- 12: ¿Se han hecho campañas de Marketing Social?
- 13: ¿Cree usted que la RS es vital para la sustentabilidad y Rentabilidad de cualquier empresa?
- 14 ¿La empresa cuenta con un presupuesto anual para llevar a cabo sus proyectos sociales?

15: ¿Cree usted que invirtiendo en RSE el mercado laboral crecerá o seguirá igual?

16: ¿La empresa tiene algún programa o certificación de calidad de sus productos o servicios?

17: ¿La empresa tiene un departamento de servicio al cliente o canales gratuitos para atender al público?

