

RESPONSABILIDAD SOCIEAL EMPRESARIAL¹

Prof. Franco Di Biase De Lillo

Director Centro para el Desarrollo de la Empresa y el Conocimiento

FACEA - UCEN

Diciembre 2005

¹ El contenido de este trabajo ha sido extraído del estudio desarrollado por el Banco Interamericano de Desarrollo y bajado de la página WEB de FUNDES. Los textos son:

a) Responsabilidad Social de la Empresa en las PyME's de Latinoamerica, por: Antonio Vives de BID; Antonio Corral de IKEI; Iñigo Isusi de IKEI

b) Situación de la Responsabilidad Social de la Empresa: el caso Chileno - Fundes, Abril 2005

INDICE:

MATERIA	Pág.
I.- Introducción	3
II.- Número de empresas	5
III.- Conceptos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	6
IV.- La RSE desde una perspectiva PyME	9
V.- Razones y barreras para el desarrollo de actividades de RSE e Informes al respecto	14
VI.- Perspectivas futuras sobre actividades de RSE	16
VII.- La RSE en Chile:	
1.- Difusión del concepto y aplicabilidad de la RSE	18
2.- Principales resultados del estudio en Chile	19
VIII.- Chile vs. Latinoamérica	24

I.- INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial es un tema que cada vez toma más vigencia. Las empresas paulatinamente están incorporándolo a sus principales prácticas y las universidades y organismos internacionales están comenzando a desarrollar proyectos para estudiar el impacto de su aplicación en los resultados de las empresas, como en la comunidad.

La Importancia de este tema es tal, que el Banco Interamericano de Desarrollo realizó, durante los años 2004 y 2005, un estudio en el ámbito latinoamericano, considerando ocho países. Los resultados del estudio están contenidos en los textos que se mencionan en el pie de página 1.

Las principales conclusiones del estudio desde una perspectiva de futuro de la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) entre las empresas latinoamericanas, son:

- a. El primer escalón de la RSE es el cumplimiento de la legislación vigente. A partir de dicho piso se parte para darle un impulso a las prácticas sobre este tema.
- b. La RSE aparece como un tema relativamente reciente y procedente de otros países (USA, Europa), pero con intención de quedarse en el ambiente empresarial latinoamericano. Para ello es requisito necesario el fortalecimiento institucional de las empresas PyME's (mejoras en la administración y gestión, introducir patrones de calidad, actividades de planificación y control, etc.), ya que sin ello, no serán capaces de emprender iniciativas de RSE, ni integrar e internalizar el concepto de responsabilidad social en su modelo de gestión, especialmente a nivel directivo.
- c. Las actividades de RSE, debieran ser fomentadas desde el ámbito público más que reguladas legislativamente.
- d. Las autoridades públicas deberían adoptar un papel más activo en el diseño e implementación de programas sobre RSE dirigidos a las PyME's y especialmente en aquellos campos donde se observa una menor implicancia empresarial, como son:
 - Distinguir aquellas empresas que se muestren especialmente activas, en estas materias
 - Minimizar la barreras que impiden que las empresas PyME's se involucren, como son los temas financieros. Diseñar incentivos fiscales, bonificaciones, etc.
 - Fomento a la transferencia de "know how" desde las empresas grandes hacia las pequeñas y creación de redes empresariales, sobre estos temas.
 - Difusión de buenas prácticas en RSE en PyME's y los efectos positivos derivados de su aplicación
 - Diseñar e implementar indicadores sobre la materia.
- e. Creación de entidades públicas nacionales que se dediquen a la temática de la RSE, lo que permitiría disponer de una Agenda coordinada que integre y coordine formalmente el trabajo tanto de los actores privados y las organizaciones sin fines de lucro.
- f. La comprensión del concepto de RSE y de las ventajas derivadas para la empresa de su aplicación es relativamente deficiente, especialmente entre las empresas

pequeñas y micro. Es por ello que a través de organismos sin fines de lucro y los actores privados, que son los encargados de ser la interface, entre el gobierno y la sociedad, se difunda, divulgue y diseminen estos conceptos y sus beneficios, usando como canales las asociaciones gremiales, los medios de prensa, entre otros.

- g. Por último, los Centros de investigación y las Universidades, deben generar conocimiento básico sobre RSE, que sirvan para guiar el debate y la elaboración de las políticas económicas como para difundir el concepto, en todo el tejido económico.

La intención de este documento es presentar un resumen del trabajo anteriormente citado, y tiene por objeto servir de antecedente al taller que realizará la Facultad de Economía y Administración de la UCEN, para comenzar a tratar este tema en sus planes de estudios. Su contenido es un extracto de ambos documentos, donde se da una visión a nivel latinoamericano y en especial para el caso de Chile.

II.- NÚMERO DE EMPRESAS

El total de empresas en los países considerados y su distribución por tamaño, es:

N° de empresa por países		
Argentina	896.433	8,8
Brasil	4.679.825	45,9
Colombia	664.290	6,5
Chile	697.513	6,8
Salvador	171.336	1,7
Mexico	2.844.309	27,9
Perú	236.295	2,3
Venezuela *	5.930	0,1
TOTAL	10.195.931	100

N° de empresas por tamaño		
Micro	9.677.325	94,9
Pequeñas	405.112	4,0
Medianas	83.312	0,8
Grandes	30.182	0,3

TOTAL	10.195.931	100
--------------	-------------------	------------

En el caso chileno el universo de empresas está formado del siguiente modo:

Empresas Chilenas según tamaño			Empresas chilenas según ventas		
Micro	570.544	67,6	Micro	4.557.571	3,4
Pequeña	105.524	12,5	Pequeña	12.793.770	9,4
Mediana	14.577	1,7	Mediana	11.766.187	8,7
Grande	6.868	0,8	Grande	106.323.808	78,5
Sin Ventas	146.575	17,4	Sin Ventas	37	0,0
Total	844.088	100	Total	135.441.373	100

Fuente SII, 2003

También en el caso chileno, la micro empresa absorbe el 40% del empleo, las PyME's 50% y el 10% restante la gran empresa.

Desde el punto de vista del total exportado, la gran empresa en Chile abarca el 96,14%, la mediana el 2,7%, la pequeña el 1% y la microempresa el 0,11%.

El sector más importante en la gran empresa es el industrial con un 40%, en la mediana empresa los sectores más importantes son el comercio y los servicios, los que representan en torno al 35%, para la pequeña y micro empresa el sector más importante es el de servicio, representando en ellas el 40%.

III.- CONCEPTOS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El concepto aún no está asentado en forma definitiva como una definición de carácter universal. Algunas definiciones al respecto, son:

Unión Europea: La RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.

En latinoamerica el concepto ha evolucionado de caridad a filantropía, después evolucionó hacia la inversión social hasta, llegar finalmente a la RSE. De las diferentes definiciones encontradas en los países encuestados, se concluye que los elementos más comunes, son los siguientes:

- El punto de partida parte por encima del cumplimiento de las normas legales
- El carácter voluntario de las acciones
- El compromiso cívico de las empresa, especialmente en cuanto al apoyo local y regional
- El respeto por la dignidad humana
- La preocupación tanto por aspectos externos como internos que es de responsabilidad de la propia empresa
- El concepto de ética empresarial y transparencias en los negocios
- La consideración de los intereses de las diversas partes que conforman la comunidad de la empresa o personas involucrada en ella (stakeholders)
- La búsqueda de equilibrio en la sostenibilidad económica, ecológica y humana
- La vinculación con el concepto y la estrategia del negocio, la supervivencia económica a largo plazo de la empresa y la generación de sólidas ventajas competitivas.

El concepto de RSE significa que la empresa debe preocuparse en el largo plazo, no solo del "cuánto gano" sino que también "cómo lo gano". Esto es un cambio radical respecto a lo que fue la óptica clásica empresarial de "maximización de beneficios". Es por ello que con la introducción de la RSE hay una nueva manera de enfocar los negocios, donde la responsabilidad de la empresa es con todos los involucrados en ella, como son: clientes, proveedores, trabajadores, comunidad, medio ambiente, accionistas².

En el trabajo desarrollado y que se está tomando como referencia, el concepto de RSE utilizado, fue: "la integración por parte de las empresas de la preocupación social y medioambiental en las actividades empresariales diarias y en las relaciones con sus stakeholders, siempre desde una perspectiva voluntaria". Para una mejor comprensión el concepto comprende tres dimensiones, a saber:

- RSE externa: apoyo y participación de la empresa en actividades ligadas a la comunidad externa a la que opera.
- RSE interna: aspectos sociales de la propia actividad de la empresa, para con sus propios trabajadores y familiares (salud y bienestar, participación, capacitación,

² Ver artículo escrito por Franco Di Biase "Empresa Comunidad de Personas"

etc.) Asimismo en esta dimensión se agregan conceptos como el de: buena administración, práctica anticorrupción, transparencia en la información y la gestión.

- RSE medioambiental: actividades para reducir el impacto medioambiental que provoque la empresa, expresado en proyectos que permitan una reducción y control de consumos y residuos líquidos y sólidos, disponer de sistemas de gestión medioambiental, etc.

En el caso chileno una definición operacional y utilizada en los diferentes estudios que se han realizado al respecto, es la siguiente: "la RSE consiste en una estrategia caracterizada por incorporar un marco de respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente, de manera planificada y evaluada, para así contribuir al logro de los objetivos estratégicos de la empresa, mejorando su competitividad, sustentabilidad y simultáneamente la calidad de vida de las personas"

La organización chilena **Acción Empresarial**³, estructura la definición anterior, en las siguientes áreas o temas:

Ética: códigos de valores y ética, gobiernos corporativos, competencia leal, relación público-privada.

Calidad de vida: balance entre vida personal-laboral, diversidad, respeto, no discriminación, salud, seguridad y condiciones de trabajo, desarrollo profesional y personal, participación y despidos.

Medio ambiente: reciclaje, ahorro energético, diseño y construcción ecológica, prevención de la contaminación.

Marketing responsable: marketing con causa social, ética publicitaria y éticas de venta, privacidad del consumidor, calidad, seguridad y etiquetado del producto.

Compromiso con la comunidad: apoyo a proyectos o causas sociales, voluntariado corporativo, reporte social y evaluación de desempeño.

Históricamente en el caso de Chile, las prácticas "socialmente responsables" no son una materia desconocida, a diferencia de la reflexión sobre el tema, que es un aspecto más reciente. En efecto desde tiempos coloniales se encuentran indicios que revelan la participación de privados, en estos temas, como son: asistencia a mendigos, hogares de niños y enfermos, como partes de obra de caridad efectuadas por la Iglesia Católica, con financiamiento autogenerado o con donaciones. Sólo en el siglo XIX estos intentos toman ciertos visos de formalización con una participación débil del Estado y respondiendo a requerimientos fundamentalmente éticos y religiosos y que son impulsos individuales. Así surgen algunos hospitales, orfanatos, asilos de ancianos y manicomios.

³ Organización sin fines de lucro que surge del sector empresarial chileno, impulsada principalmente por la Confederación de la Producción y del Comercio, en conjunto con Business for Social Responsibility (BSR), institución con sede en USA y con más de 400 empresas asociadas.

Recién entre 1930 y comienzos de 1970, la RSE chilena se centró principalmente a donaciones efectuadas a título personal por los dueños, accionistas o ejecutivos, orientadas a instituciones de beneficencia y obras sociales vinculadas a la iglesia u otros movimientos espirituales de tendencia laica.

Recién a fines de 1980, se comienza a ver algunos cambios en Chile, especialmente en el ámbito legislativo donde se estimula las donaciones privadas a ser descontadas del impuesto de primera categoría. Las leyes al respecto son:

- Ley 18.681 artículo 69, permite descontar a las empresas del pago de sus impuestos las donaciones destinadas a universidades e institutos profesionales estatales y privados.
- Ley 19.247, artículo 3, que promueve las donaciones con fines educacionales y fomenta la participación de la empresa privada en el mejoramiento de la calidad de la educación.
- En 1994, se implementa la ley de donaciones con fines culturales, la cual estimula la inversión privada en el financiamiento de proyectos artísticos y culturales.

En síntesis, en Chile, el vínculo empresa - comunidad se ha expresado de dos maneras, a saber:

- a) Se observa la presencia del empresario movilizado por valores morales altruistas, principalmente con donaciones en dinero y especies para fines de interés social, sin ofrecer continuidad en el tiempo para dicha donación ni soluciones a largo plazo que mitiguen las causas que originan los problemas de marginalidad y deterioro de determinados sectores sociales.
- b) Otros, han estado circunscritos a planes estratégicos de la empresa, la cual ha estado dominada por un enfoque de corto plazo y muy ligada a las redes sociales que tiene el empresariado con determinados grupos en desventaja, pero que no responde a una política debidamente diseñada e implementada desde la propia empresa hacia la comunidad.

IV.- La RSE desde una perspectiva PyME

En los trabajos que se tomaron como base de este artículo, se concluye que tanto las investigaciones y aplicaciones de la RSE se han desarrollado en torno a las grandes empresas y multinacionales. Su extensión a las empresas PyME's, según la opinión de estudiosos del tema requiere de una visión distinta, ya que éstas no se comportan ni actúan como las grandes. En efecto las MIPyME's latinoamericanas, se caracterizan por una baja intensidad de capital, presencia de propietarios / socios / familiares que son parte de la mano de obra que se ocupa en la empresa, estructura burocrática mínima, poder centralizado, dificultades para el acceso al financiamiento exterior y subordinación a grandes empresas.

No obstante, estas empresa deben jugar un rol importante en la aplicación de las prácticas de la RSE, por los siguientes motivos:

- Las PyME's son un importante actor en la sociedad, por el número de empleos que generan
- Al estar el poder concentrado en sus propietarios, hay menor burocracia y la comprensión y decisión de aplicar las prácticas de RSE, es más simple.
- El supuesto generalizado en teoría económica de la maximización de beneficios, no necesariamente es tan cierta en las empresas MIPyME's, ya que ellas persiguen una rentabilidad satisfactoria que le garantice su viabilidad al mismo tiempo que les permite dedicar parte de sus esfuerzos a otros objetivos ligados con razones altruistas, sociales o morales.
- Las MIPyME's se desenvuelven en áreas locales, lo que hace que la reputación de ellas y su imagen como empleador, productor o actor en el ámbito local influyen ciertamente en su competitividad
- Las empresas de tamaño pequeño tiene dificultades con el financiamiento de sus operaciones, como también con disponer de tiempo adicional a aquel que se le destina a lo que es su actividad principal, lo que dificulta cualquier plan de mediano o largo plazo en proyectos de RSE.
- Asimismo estas empresas si bien mantienen relaciones humanas muy fluidas y transparentes con su personal como con la comunidad que las rodea, eso mismo se puede transformar en una pesadilla al momento de presentarse un conflicto o disputas entre los miembros.

Algunos datos interesantes del estudio realizado, a nivel de PyME's latinoamericanas, son los siguientes:

1. El 14,5 % señala que hay un alto grado⁴ de implantación de RSE, el 34% presenta una implantación media y una 47,9% un grado bajo. El 3,5% no desarrolla ningún tipo de actividad en el campo de la RSE.

⁴ Grados: Alto = cuando las actividades de RSE están ligadas a la estrategia; Medio = las actividades no ligadas a la estrategia; Bajo = actividades ocasionales ligadas a la estrategia; Nada = empresas que no realizan actividades de RSE

2. De acuerdo al tamaño de la empresa, esto es las que tienen menos de 49 trabajadores y las que tienen entre 50 y 249 trabajadores, por una parte y la distribución según los principales sectores económicos, el resultado fue:

% de PyME's según grado	Cantidad de Trabajadores		Clasificadas por sector económico		
	1 - 49	50 - 249	Industrial	Comercio	Servicio
Alto	14,4	28,1	17,6	9,4	16,2
Medio	34	39	42,6	34,3	26,9
Bajo	48,1	31,3	39,3	53,7	50,3
Nulo	3,6	1,5	0,5	2,6	6,7
TOTAL	100	100	100	100	100

3. Desde el punto de vista de las PyME's que exportan, el 60% muestra un grado medio alto de aplicación de RSE, como asimismo una buena situación económica hace que la empresa sea proclive a desarrollar estas prácticas.
4. El ranking de los países considerado, con un grado de implantación alto / medio, es el siguiente:

País	Grado de implantación Alto Y Medio
Chile	58,7
Argentina	58,1
México	55,4
Perú	54,8
Venezuela	50,7
Colombia	43,9
Brasil	39,2
El Salvador	32,2

5. Los resultados respecto al cumplimiento estricto de las obligaciones legales, fue el siguiente: Salario mínimo = 93,7%; Pago de impuestos = 89,4%; Legislación laboral = 84,9%; Seguridad social = 82,9%; Protección al consumidor = 76,8%; Normas medioambientales = 54,7%.-
6. Un tercio de las PyME's consideradas manifiesta que la aplicación de la RSE es una prioridad para ellas, y sólo el 12,6% señala que el compromiso medio ambiental es suficiente en la actualidad.
7. El 42,4% de las empresas entre 50 y 249 trabajadores sostiene que las prácticas de RSE es una prioridad en sus programas de desarrollo y el 11,5% sostiene que el compromiso social y medioambiental es suficiente en la actualidad; en cambio entre la más pequeñas los porcentajes son el 32,4% y 12,6% respectivamente, para ambas apreciaciones anteriores.
8. Respecto al grado de presión que ejercen las personas relacionadas, la situación es la siguiente:

Grado de presión de los diferentes actores	%
La sociedad en general demanda cada vez más a las empresas un cumplimiento social y medioambiental	71,9
Los trabajadores de mi empresa se preocupan de los temas sociales y medioambientales	36,4
Mis clientes son cada vez más exigentes, con el nivel de compromiso social y medioambiental	42,6
Mis proveedores son cada vez más exigentes, con el nivel de compromiso social y medioambiental	29,7

9. Los resultados sobre las principales prácticas de RSE **de carácter externo**, son:

Principales prácticas externas	%
Grupos desfavorecidos / marginados	43,8
Actividades educacionales y formativas	36,7
Participación en actividades públicas	29,5
Actividades culturales	27,8
Actividades relacionadas con la salud y al bienestar	25,2
Actividades deportivas	24,6
Actividades medioambientales	14,5
Otras	0,3

10. Las formas de apoyo de estas actividades externas, se han concretizado del siguiente modo: Donaciones = 70,7%; Patrocinios = 36%; Participar como propietarios = 33,9%; Participación de los empleados = 20%; Marketing con causa = 12,9% Otras = 3%.

11. Respecto a los montos invertidos, se encontró que el 27,7% lo hizo con menos de US\$ 300, en cambio si se sube hasta los US\$ 1.000m se tiene un 49,7% y sólo el 7% invierte más de 10.000 dólares en prácticas de RSE.

12. El ranking por países, de las prácticas externas de RSE en su grado alto / media, es la siguiente:

País	%
Argentina	30,1
Brasil	27,8
Venezuela	27,1
México	25,8
Chile	25,5
Perú	24,1
El Salvador	16,1
Colombia	13,8

13. Las **prácticas de RSE internas**, se sintetizan en actividades como las siguientes:

- a. Salud y bienestar de los trabajadores

- b. Formación y desarrollo de capacidades
- c. participación en la empresa
- d. conciliación trabajo – familia
- e. igualdad de oportunidades
- f. buena administración
- g. otras

Los resultados encontrados, son los siguientes:

- el 95,3% señaló que durante el año 2003 había realizado alguna de las 20 actividades internas sugeridas en la encuesta.
- el 40% indica que estas prácticas tienen un alto grado de implantación, un 13,3% un grado medio, el 42% mencionan un grado bajo y el resto señala que no se hace nada al respecto.
- mientras mayor es la empresa el grado de implantación es más grande (58,6% vs. el 39,9% de las más pequeñas)
- El grado de compromiso de las empresas industriales es mayor que la de otros sectores, en efecto: las manufactureras = 58,7%; comercio = 55,2% y 47,5% para los servicios.
- Los principales campos desarrollados a nivel interno, son:

Principales actividades	%
Conciliación trabajo – familia; Igualdad de oportunidades; Colectivos desfavorecidos	95,4
Salud y Bienestar de los trabajadores	94,3
Participación de los trabajadores	92,2
Formación de los trabajadores	85,2
Otras prácticas de la buena administración	74,9

- Un ranking por países para las prácticas de implantación interna de la RSE, en un grado alto / medio, es:

País	%
Chile	66,2
Argentina	65
Venezuela	61,1
México	58,3
Colombia	52,1
Perú	50,6
El Salvador	46,5
Brasil	43,9

14. Las prácticas de RSE **medioambiental**, tienen que ver con temas, como los siguientes:

- a. programas de eficiencia en el consumo de energía y agua
- b. programas para la reducción, reciclaje o tratamientos de residuos
- c. programas de aprovechamiento de subproductos
- d. sistemas integrados de gestión medioambiental
- e. exigencia de certificaciones medioambientales a proveedores y / o subcontratistas

f. monitorización del impacto de la actividad

Algunos de los resultados obtenidos son los siguientes:

- De las empresas encuestadas: el 52,6% de ellas señalaron que durante el año 2003 no realizaron ninguna de las actividades de RSE en este ámbito; el 8,6% y el 15,9% indicaron que lo había hecho en un grado medio y bajo respectivamente y sólo el 23,3% lo había hecho en un grado alto.
- Desde el punto de vista del tamaño de la empresa, entre las chicas, esto es con menos de 49 trabajadores, el 52,7% declara no haber realizado ninguna actividad medioambiental, frente al 39,15 que declaran las que ocupan entre 50 y 249 trabajadores. El resto se distribuye entre un bajo, medio y alto de implantación. Una explicación del 23,2% y 34,9% que declaran un alto grado de implantación entre las empresas chicas y grandes, respectivamente, es por la presión legal y del medio, por cumplir estas prácticas.
- Desde el punto de vista de la clasificación sectorial, se aprecia que la industria es la que tiene un grado mayor de participación, a pesar que existe 38,9%, 56,1% y 57,4% que indican realizar ninguna práctica medioambiental en los sectores manufacturas, comercio y servicio, respectivamente.
- Una distribución por países de la aplicación medioambiental con un grado alto / medio, es la siguiente:

País	%
Chile	41,6
México	40,0
Perú	34,8
Colombia	33,0
Venezuela	32,9
Argentina	32,1
Brasil	25,4
El Salvador	20,5

- Las principales actividades medioambientales desarrolladas, son:

Actividades (Programas)	%
Eficiencia en el consumo de energía	51,4
Reducción reciclaje o tratamiento de residuos	47,9
Eficiencia en el consumo de agua	36,1
Monitoreo del impacto de la actividad medioambiental	34,0
Aprovechamiento de subproductos de la producción	33,3
Sistemas integrados de gestión ambiental	13,8
Exigencia de certificación ambiental a proveedores y subcontratistas	13,5

V.- RAZONES Y BARRERAS PARA EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES DE RSE e INFORMES AL RESPECTO

En el cuadro siguiente se muestran las principales razones que se esgrimen para **realizar prácticas de RSE**, en los tres ámbitos de esta materia, esto es: interno, externo y medioambiental

Razones principales para prácticas de RSE	% ámbito externo	% ámbito interno	% medio ambiental
Éticas y / o religiosas	47,6	39,0	41,4
Mejorar relaciones con la comunidad y autoridades públicas	40,4	39,0	41,4
Mejorar la lealtad de los clientes y proveedores	23,0	37,0	29,3
Mejorar relaciones con otros socios empresariales e inversores	13,1	15,1	11,9
Mejorar la satisfacción laboral de los trabajadores	22,6	63,3	28,9
Mejorar resultados económicos (- costos y + ventas)	15,1	45,9	47,1
Aplicar código de conducta propio de responsabilidad social	29,3	25,9	35,1
Presione de terceras partes	4,1	5,4	17,0
Utilizar subsidios / incentivos públicos existentes	3,7	5,3	2,9
Cumplir la legislación social existente	No aplica	32,4	No aplica
Adaptación a la legislación medioambiental existente	No aplica	No aplica	37,0
Otro	2,9	0,9	0,2
Ninguna	1,7	0,2	0,2
NO SABE / no contesta	1,8	3,9	2,3

Por su parte las razones esgrimidas por lo que las empresas latinoamericanas consideradas, **no realizan actividad de RSE** de carácter externo y medioambiental, son las siguientes:

Razones para no realizar actividad de RSE	% ámbito externo	% medio ambiente
La empresa nunca se lo ha planteado	31,5	29,7
No son actividades relacionadas con la empresa	10,9	No aplica
La empresa no tiene ningún impacto medioambiental	No aplica	45,5
No se prevé ningún beneficio de las mismas	1,8	1,2
Falta de tiempo	3,5	0,9
Falta de recursos financieros	36,1	7,4
Falta de recursos tecnológicos	No aplica	0,0
Falta de recursos humanos	1,4	0,1
Falta de apoyo público	0,8	1,2

Otras razones	6,5	1,8
No sabe / no contesta	7,3	12,3

Además de las razones anteriores el estudio obtuvo de la literatura existente sobre esta materia, otras tres razones que se esgrime para no realizar prácticas de RSE, como son:

- La inestabilidad económica y política en estos países
- El grado de desarrollo de la globalización hace que las empresas cada vez deban disminuir sus costos para ser más competitivas, restando por lo mismo la fuente interna de financiamiento, para estas prácticas.
- Falta de apoyo público que incentiven estas prácticas.

Se pudo detectar que muy pocas empresas cuentan con un balance de tipo social y medioambiental para dar a conocer sus prácticas sobre estas materias. De las que lo tienen, solo la mitad lo publica, utilizando como medios:

- la memoria general de la empresa
- informes específicos
- publicidad en medios
- otras formas

VI.- Perspectivas futuras sobre actividades de RSE

1. De las empresas activas en materias de RSE, señalan que en los próximos tres años: un 55,8% dice que van a continuar su apoyo; un 34,30% señala que aumentará la inversión en estas materias, un 1% dice tener planes para reducir esta inversión y el 8,9% manifiesta no tener una idea clara para el futuro.
2. De las empresas inactivas en RSE, el 52,6% señala no tener previsto desarrollar ningún plan de RSE en los próximos tres años; el 22,6% dice que lo apoyará; el 8,8% manifiesta tener planes concretos al respecto y sólo 16% no sabe o no contesta.
3. Mientras más alto es el grado de implantación de las prácticas de RSE, el estudio señala que estas empresas están dispuestas a incrementar su inversión en la materia.
4. Respecto al tamaño de la empresa, entre las empresa inactivas “chicas”, el 52,7% manifiesta no tener interés en realizar prácticas de RSE en los próximos tres años, en cambio las más “grandes” (entre 50 y 249 trabajadores), el porcentaje anterior se reduce a 39%.
5. La comparación entre países considerados, indica que entre las empresas activas en materia de RSE externa, en todos los países se señala que continuarán con el apoyo, siendo más mayoritario en el caso de Argentina y Chile y los que incrementarán el apoyo están las empresas de Brasil y México. Respecto a las empresas inactivas en la mayoría de los países se indican que continuarán en ese estado, hay tres países que si tienen interés en apoyar, que son Perú, México y El Salvador.
6. Desde el punto de vista de la RSE del ámbito interno, el cuadro siguiente muestra la participación que tendrán las empresas activas e inactivas, para los próximos tres años:

Ámbito de acción	% Empresas Activas	% Empresas Inactivas
Salud / Bienestar	75,4	46,4
Formación	77,0	31,1
Participación	53,0	6,0
Conciliación / Igualdad	56,2	15,1
Buena administración	58,9	28,1

7. Los principales resultados que arroja la encuesta sobre la RSE para los próximos tres años, desde el ámbito medioambiental, son:
 - Las empresas activas en estos programas, señalan: que el 43,9% desea continuar y el 46,8% incluso desea incrementar la inversión. Sólo el 0,5% prevé una reducción y el 8,8% no sabe o no responde.

- De las egresas inactivas el 50,7% señala no tener ninguna intención de invertir en estas materias, el 17,3 indica que está analizando hacerlo, el 4% lo tiene ya planeado y el 28% no lo sabe.
- Entre las empresas exportadoras hay una mayor tendencia positiva sobre este tipo de prácticas, como también ocurre con las que presentan una buena situación económica.
- En todos los países estudiados, las empresas activas en la mayoría de ellos, reflejan una voluntad de continuar con las prácticas de RSE en medioambiente, destacándose las Colombianas y las de El Salvador; mientras que las brasileras manifiestan su voluntad de incrementar la inversión en estas materias. En cambio entre las empresas inactivas, se mantiene la previsión mayoritaria de no invertir en estas materias, salvo en El Salvador y Brasil.

VII.- La RSE en CHILE

En este apartado se destacan algunos datos que son propios de la aplicación del estudio en las empresas chilenas. En el caso de nuestro país las empresas consideradas en la muestra fueron 166, donde se entrevistó al dueño de la misma o a su gerente general. El 71% de las empresas consideradas era micro o pequeña, correspondiendo el 30% al sector manufactura, 35% a comercio y el mismo % a servicios. La mediana empresa representó el 29% del total de encuestadas realizadas, cuya distribución fue 30% comercio y 35% tanto para manufactura como servicios.

El sector industrial hubo empresas de alimentos, textiles, madera, papel, metalmecánica, plástico, construcción. En comercio, hubo mayoristas y minoristas. En el sector servicio, estuvo representado por hoteles, transporte, banca y seguros.

1.- DIFUSIÓN DEL CONCEPTO Y APLICABILIDAD DE LA RSE

En general se puede sostener que la difusión y aplicación del concepto se ha hecho a través de actores que agrupan a las grandes empresas, los que han incentivado para que sus empresas asociadas tomen conciencia sobre el tema y vean la importancia de su aplicación.

Las organizaciones empresariales que han facilitado las prácticas de RSE, han sido: SOFOFA; SONAMI; Cámara Chilena de la Construcción, Asociación de Bancos; Cámara de Comercio; Asexma; Fedefruta, Asoex. Por otra parte el Estado ha reconocido la importancia y relevancia del tema, pero no ha elaborado algún tipo de instrumento de fomento que facilite la aplicación de la RSE, sino que lo ha hecho en forma implícita como parte de otros instrumentos de financiamiento.

Respecto a lo anterior, se pueden mencionar dos experiencias, como son: los instrumentos de fomento de producción limpia elaborados por CORFO y el financiamiento de FONDEF a un proyecto de la Universidad Católica de Valparaíso, que desarrollaron un modelo de Gestión de Responsabilidad Social Empresarial para PyME's. En el ámbito público se puede decir que las medidas han apoyado esfuerzos incrementales en materia de RSE y son acciones encaminadas a relevar la importancia del tema. Las áreas temáticas son: fomento, innovación, relaciones laborales y calidad.

A la fecha, en Chile no se ha consensado una definición única en el ámbito de la RSE, ni menos se disponen de cuales debieran ser las normas o estándares en este ámbito. Lo que sí se tiene es que en las normas de calidad para PyME's elaboradas por CORFO para este sector, hay considerados temas de RSE, pero no por ello, son una norma propiamente tal.

En el ámbito privado cabe mencionar a las empresas "Acción Empresarial - Acción RSE" y "Prohumana", como organismos que han jugado un rol central en la difusión de esta temática. No obstante el grado de conocimiento y compromiso es bajo y se espera que un futuro cercano haya una maduración mayor sobre el tema, especialmente con la cada vez mayor preocupación de los organismos

internacionales, los que aportan recursos y diferentes perspectivas para la propagación del tema y el involucramiento mayor de los organismos empresariales.

Los principales ámbitos que se trabajan sobre la RSE, son los siguientes:

Principios éticos: La ética empresarial se refiere a como una empresa integra los valores (honestidad, confianza, respeto, justicia y otros) en sus políticas, prácticas y en la toma de decisiones de la empresa. Asimismo la ética empresarial implica comportarse y cumplir con las normas legales vigentes.

Calidad de vida laboral: Se refiere generalmente a las políticas de recursos humanos que afectan directamente a los trabajadores, como son:

- compensaciones y beneficios
- carrera administrativa
- diversidad
- balance trabajo - familia
- horarios flexibles
- salud y bienestar
- seguridad laboral
- cuidado de sus dependientes
- beneficios domésticos

Medio Ambiente: Ser consecuente con las normativas y regulaciones al respecto, como son: llevar a cabo iniciativas de reciclaje y manejo eficiente de la energía.

Compromiso con la Comunidad: Se refiere al rango de acciones tomado por la empresa para mejorar la calidad de vida de las personas que operan en su entorno, lo cual se materializa en maximizar el impacto de sus compromisos, sobre:

- recursos que emplea
- tiempo que emplea
- productos y servicios que genera
- administración de conocimiento

Marketing responsable: son un conjunto de actividades que pueden ser agrupadas en las siguientes categorías:

- manufacturas e integridad del producto
- divulgación
- embalaje y etiquetado
- marketing y publicidad
- prácticas de venta
- precio y garantía
- distribución

2.- Principales resultados del estudio en Chile:

- Tres de cuatro empresas han realizado actividades de RSE, muy pocas en forma habitual y ligadas a su estrategia de desarrollo. Hay una tendencia notoriamente mayor a realizar acciones habituales en el ámbito interno. En cambio las

relacionadas con el medioambiente y actividades externas, un alto porcentaje declara no hacer nada. En el detalle se destaca:

- Hay un grupo reducido de grandes empresas, las que efectivamente están desarrollando y aplicando prácticas de RSE en los diferentes ámbitos.
 - En el caso de las pequeñas y medianas empresas hay una proporción muy pequeña, que prácticamente no es representativa del universo de este sector, la que está desarrollando actividades de RSE.
 - La microempresa es el sector que se aprecia más lejano a la aplicación de este tipo de prácticas, lo que se debe en parte a que debe enfrentar otro tipo de problemas, como es el del financiamiento y no se tienen las condiciones óptimas para hacerlo.
- Al hacer un análisis transversal las actividades más importante por tamaño de las empresas, es el siguiente:
- En el caso de la micro empresa (menos de 10 trabajadores), se aprecian elementos de marketing responsable
 - En las pequeñas empresas (entre 10 y 49 trabajadores), se hacen actividades en el ámbito de los principios éticos y marketing responsable
 - Para la mediana empresa (entre 50 y 199 trabajadores) la acción está centrada en el ámbito de los principios éticos, medio ambiente y marketing responsable
 - Finalmente para la gran empresa (más de 200 trabajadores) están presente todos los ámbitos en forma significativa, salvo la temática de compromiso con la comunidad, donde se hace un esfuerzo menor, lo que se materializa a través de donaciones y financiamientos a proyectos.

En el caso de marketing responsable que está presente cualquiera sea el tamaño de la empresa, se observa una práctica generalizada relacionada con el perfeccionamiento de productos y servicios más seguros para los clientes.

- En el caso chileno, existe en el ámbito público-privado algunas medidas que contribuyen a la integración de las actividades de RSE en el ámbito de la PyME, como son:
- Acuerdos de producción limpia
 - La norma PyME que incorpora elementos básicos de RSE
 - Acuerdos marco entre el Ministerio del Trabajo y CONUPIA, con el objeto de impulsar y sensibilizar un comportamiento responsable de los dueños empresas con sus trabajadores
 - El desarrollo de proyectos con fondos internacionales, como es el caso del BID, para el desarrollo del tema en Chile
 - La aplicación de modelos de gestión de RSE en PyME, por parte de organismos de promoción y universidades.
- Las Razones más importante por lo que las empresas nacionales realizan acciones de RSE, son:
- Búsqueda de nuevos factores que potencien la competitividad empresarial
 - Exigencias que imponen consumidores de países desarrollados donde están llegando los productos nacionales
 - Consumidores conscientes que sancionan aquellas empresas con actuaciones negativas

- Grandes acuerdos a nivel mundial sobre esta materia
 - El logro de una ventaja competitiva que permita la diferenciación dentro del mercado
 - La perspectiva y fundamentación ética del rol de la empresa dentro de la sociedad.
- Las empresas que han incursionado en las prácticas de la RSE, las cuales han sido por lo general acciones individuales, han conseguido:
- Mejoramiento del desempeño financiero
 - Reducción de costos operativos
 - Mejoramiento de la imagen de marca
 - Construcción de confianzas al interior de la empresa
 - Mejoramiento de la calidad de vida por parte de los propios empresarios.

Se ha concluido que la RSE es un elemento de valor e inversión, no es filantropía o sólo donación y beneficencia. En efecto, la faceta ética de la RSE corresponde a toda empresa sin importar su tamaño. Su aplicabilidad no significa incurrir en costos mayores para operar. Lo que se requiere es iniciativa y creatividad más que recursos. Su aplicabilidad es rentable, ya que una conducta ética reporta mayor beneficio económico, gracias a la mayor productividad del trabajo, al existir mayores incentivos para el trabajo, los consumidores prefieren a las empresas que demuestran una conducta responsable y en general se generan menores costos de comercialización, dado que los consumidores confían en los productos y servicios de la empresa.

- En Chile, el estudio detectó que las razones principales por lo que las empresas no desarrollan actividades de RSE, fueron
- La no existencia de una definición única sobre el concepto de RSE
 - Falta de conocimiento del tema y de su aplicación al interior de la empresa
 - Inversión no prevista para este tipo de iniciativas
 - Es un tema reciente y es preferible ver resultados de otros
 - Bajo nivel de ingreso per cápita del consumidor nacional y mercado nacional reducido
 - La mayoría de la PyME's está abocada al mercado interno y por ello no siente la presión de la competitividad internacional
- Independientemente del tamaño de la empresa, la mayoría de ellas está porque se regule legislativamente las actividades de RSE y en segundo término viene la recomendación o fomento. Sin embargo la mediana empresa está más a favor de la regulación y menos dispuesta que se deje a iniciativa de las empresas.
- Respecto a la existencia de un balance social sobre la materia, el estudio determinó, que no existe un único conjunto de indicadores en esta materia, más bien lo que existe es la emisión, por parte de algunas empresas, de un reporte, lo cual empieza aparecer a partir del año 2001. Lo más sistematizado que se encontró son:
- Matriz de análisis de implementación de RSE, propuesta por la Fundación Prohumana. Esta persigue dos objetivos:

- a. Permitir un análisis estructural funcional de los numerosos componentes que inciden en la adopción de políticas de RSE, las cuales darán cuenta de las distintas realidades culturales y económicas para cada empresa.
 - b. Otorgar La utilización de estos modelos en estudios comparados que proporcionen una relativización de estas prácticas entre los países.
- Modelo utilizado por Acción Empresarial, el cual se fundamenta en las siguientes cinco áreas:
 - a. Misión, visión y ética
 - b. Calidad de vida en la empresa
 - c. Medio ambiente
 - d. Compromiso con la comunidad
 - e. Comercialización y marketing responsable
 - Modelo de Gestión de RSE desarrollado a través del proyecto Vincular, el cual permite diseñar una estrategia de RSE alineada a la estrategia corporativa y cuantificar los beneficios privados y sociales de los proyectos de RSE.
 - Acciones desplegadas por la Fundación Avina durante el año 2003, cuyo objetivo fue desarrollar en conjunto con más de 15 empresas PyME's el primer Balance Social para el sector. Se logró que la CORFO aceptara la RSE como elegible para sus instrumentos de fomento, lo cual significa que se podrá contar con recursos del Estado para financiar proyectos en PyME's sobre RSE. La finalidad de este proyecto, es generar un informe público al respecto. Las áreas consideradas, fueron:
 - a. Indicadores financieros (ventas, planillas de remuneraciones, impuestos)
 - b. Indicadores internos (salud, capacitación, bienestar, alimentación, etc.)
 - c. Indicadores externos (proyectos culturales, deportivos, comunitarios, donaciones, etc.)
 - d. Indicadores de empleo
 - e. Indicadores de medio ambiente (obtención, uso y devolución de recursos, entre otros)
 - f. Indicadores de ciudadanía empresarial (marketing, relación con proveedores, accidentes, etc.)
 - Existe una herramienta elaborada por la organización Acción Empresarial, patrocinada por la Confederación de la Producción y el Comercio, denominada "Indicadores de acción empresarial de responsabilidad social". Así, a través de un cuestionario de evaluación de simple aplicación, la empresa puede conocer, a nivel cualitativo como cuantitativo, su desempeño sobre estas materias por área y en forma agregada. Lamentablemente esto se aplica solamente a la gran empresa.

Lo importante sobre esta tema es que en Chile se puedan definir y homologar Indicadores que permitan medir la RSE y de ese modo disponer de una estructura de evaluación para otorgar el día de mañana, un certificado de "Empresas Socialmente Responsables"

- Las empresas consideradas en la muestra del estudio, mayoritariamente aquellas que ya han desarrollado actividades de RSE, indican que continuaran como están. La mitad de ellas declara que hará esfuerzos adicionales en el ámbito del

medioambiente. Entre las empresas inactivas, un número significativo de ellas indica que lo hará especialmente en actividades internas.

- Un tercio de las empresas chilenas, indica que tienen información suficiente sobre RSE y también un tercio valora como adecuado los esfuerzos realizados por las entidades públicas para desarrollar actividades sobre esta materia.

VIII.- CHILE VS. LATINOAMÉRICA

Finalmente se puede concluir que si se hace un análisis comparativo entre Chile y el resto de Latinoamérica, la media nacional en todas las materias de RSE es mayor a la del resto de los países. Lo anterior significa el alto grado de conciencia en las empresas sobre la importancia de la RSE y la demanda percibida de la sociedad en general, los trabajadores, clientes y proveedores.

La prioridad que se le da en Chile, a estos temas, es casi el doble en relación a sus pares latinoamericano.