



Responsabilidad Sistémica Empresarial: Un ejercicio de la Responsabilidad Social Empresarial desde un punto de vista Sistémico.

Systemic Enterprise Responsibility: An exercise in corporate social responsibility from a systemic point of view.

Miguel Angel Perez-Ossa ¹.
Luis Vargas-Aravena ².

Recibido: 25 de Abril de 2011. Aceptado: 22 de Julio de 2011.

Publicado: 29 de Agosto de 2011.

Resumen: En el presente artículo se propone el ejercicio de la RSE con un enfoque sistémico, novedoso y distinto en cuanto a sus prácticas activas, que se pretende aplicar a la integración de todos los actores y la formación de lazos constantes y permanentes con el ente llamado empresa. Esta integración implica un proceso de retroalimentación duradero y beneficioso para todas las partes. Este trabajo de investigación entrega una guía a las empresas para analizar en qué grado de integración se encuentran dentro de la Responsabilidad Sistémica Empresarial particularmente las empresas del Territorio Pencopolitano por medio de la creación de una taxonomía, además de analizar el tamaño de las empresas versus las prácticas activas de RSE. Así las empresas podrán trazar sus políticas estratégicas apuntando a conseguir el más alto nivel de Responsabilidad Sistémica Empresarial.

Palabra clave: Territorio, Sistémico, Competitividad, Responsabilidad Social Empresarial.

Abstract: The present article proposes the exercise of SBR with a systemic approach, different and original in the active practices, which tries to apply the integration of all groups and the formation of permanent and constant ties with the body call company. This integration involves a feedback process that can be beneficial to all of parts. This investigation gives a guide to the companies to analyze in which grade of integration they are inside of Social Business Responsibility especially in the Pencilopolitano territory, through creation a taxonomy, apart from to analyze the size of the companies against the active practices in the SBR. In this way the companies can draw up strategies policy to obtain the higher level of Social Business Responsibility.

Keywords: Territory, systemic, competitiveness, Social Business Responsibility

¹ Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bio Bio, Concepción – Chile. Ingeniero Comercial, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bio Bio, Chile. e-mail: miguelperez05@gmail.com.

² Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bio Bio, Concepción – Chile. Ingeniero Comercial, Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bio Bio, Chile. e-mail: lsvargasa@gmail.com.

Introducción

Comúnmente existe la impresión que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es utilizada por las empresas como una estrategia de Marketing la cual busca como motivo central entregar una imagen de transparencia aceptada por la comunidad, dando a conocer valores de ésta los cuales en muchas ocasiones no se cumplen a cabalidad o simplemente no se practican, disminuyendo los esfuerzos para realizar acciones concretas desde un punto de vista sistémico el cual debe integrar a todos los actores dentro del entorno cercano en que se desenvuelve la Empresa, la demostración de los beneficios mutuos de la interacción e integración del entorno con la Empresa es lo que quiere aportar este trabajo para el desarrollo sustentable del Territorio Pencopolitano³.

En el presente artículo se propone el ejercicio de la RSE con un enfoque sistémico, novedoso y distinto en cuanto a sus prácticas activas, que se pretende aplicar a la integración de todos los actores y la formación de lazos constantes

³ Comunas de Concepción, Talcahuano, Tomé, Penco, Hualpén, Chiguayante y San Pedro de La Paz

y permanentes con el ente llamado empresa. Esta integración implica un proceso de retroalimentación duradero y beneficioso para todas las partes. El presente trabajo de investigación entrega una guía a las empresas para analizar en qué grado de integración se encuentran dentro de la Responsabilidad Sistémica Empresarial particularmente las empresas del Territorio Pencopolitano por medio de la creación de una taxonomía, además de analizar el tamaño de las empresas versus las prácticas activas de RSE. Así las empresas podrán trazar sus políticas estratégicas apuntando a conseguir el más alto nivel de Responsabilidad Sistémica Empresarial.

Marco Teórico

Según Paul Capriotti (2004) la Responsabilidad Social Empresarial lo define como “un conjunto de prácticas, políticas y programas integrados en forma voluntaria en la operación empresarial”. Es uno de los principios fundamentales de una empresa (económico, social, ambiental) y representa el deber de una organización que se preocupa por el medio en el que se desarrolla, involucrando el impacto que su gestión



tiene en aquellos entes que están a su alrededor llamados *stakeholders*⁴. Este se debe orientar a las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en las relaciones con su entorno, así como también al fortalecimiento de la compañía en el tiempo. La Responsabilidad Social Empresarial es un tema relativamente nuevo en Chile y más aún en el desarrollo de análisis específicos en el Sector Pencilopolitano. Además, este conjunto de prácticas, políticas y programas es poco practicado en forma activa, principalmente por la falta de información aplicable que implica.

El objetivo de este estudio es Analizar en profundidad el concepto y las estrategias de RSE en las principales empresas del Sector Pencilopolitano, comprobar si las empresas de este sector efectivamente cuentan con RSE en su organización y si así fuere, de qué forma activa la aplican; Además, determinar y categorizar estas empresas elaborando una taxonomía que involucre su desempeño en el mercado y la estrategia de RSE que emplean.

⁴ Stakeholders: Cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la organización.

La raíz de la responsabilidad social de las organizaciones, nace a partir del año 1920, con la vinculación de la filantropía y el principio de la caridad a la empresa; ya no se consideraba como una cualidad individual que sólo poseía el propietario de una empresa y que se manifestaba en sus actos, sino que también era parte de la empresa en sí. Sin embargo, en el año 1889 Andrew Carnegie en su libro *Gospel of Wealth* (Evangelio de riqueza), mencionó y promovió este concepto, para manifestar su interés en el bien social, estableciendo que las personas adineradas y empresarios tenían la responsabilidad de administrar su riqueza para ir en ayuda de la sociedad y de los más necesitados o con menos fortuna.

La ventaja comparativa de costos y la competitividad sistémica.

Según Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner, Jörg Meyer-Stamer (1994) la competitividad industrial no surge espontáneamente al modificarse el contexto macro ni se crea recurriendo exclusivamente al espíritu de empresa a nivel micro. “Es más bien el producto de un patrón de interacción compleja y



dinámica entre el Estado, las empresas, las instituciones intermediarias y la capacidad organizativa de una sociedad.

La competitividad de una empresa se basa en el patrón organizativo de la sociedad en su conjunto. Los parámetros de relevancia competitiva en todos los niveles del sistema y la interacción entre ellos es lo que genera ventajas competitivas. Es por eso que hablamos de "Competitividad Sistémica" a lo que implica a la Empresa que está en equilibrio con su entorno, para enfatizar así los siguientes aspectos: la competitividad de la economía descansa en medidas dirigidas a un objetivo, articuladas en cuatro niveles del sistema (el nivel meta, macro, micro y meso) y se basa asimismo en un concepto pluridimensional de conducción que incluye la competencia, el diálogo, la toma conjunta de decisiones, la articulación de las competencias los trabajadores que conforman las empresas para el desarrollo de estas, la especialización de las partes, la inclusión de las variables macroeconómicas nacionales dentro de la empresa, entre otros. El patrón básico denominado

"Competitividad Sistémica" constituye un marco de referencia para países con empresas industrializadas y en vías de desarrollo, moviliza capacidades sociales de creatividad con el fin de desarrollar ventajas competitivas nacionales.

Nivel Meta: Orientación de los grupos de actores al aprendizaje y la eficiencia, defensa de intereses y auto organización bajo condiciones cambiantes, capacidad social de organización e integración, capacidad de los grupos de actores para la interacción estratégica, tomando en cuenta los factores y escalas de valores socioculturales.

Nivel Macro: El parlamento, el gobierno nacional, las instituciones estatales nacionales, el banco central y los órganos judiciales.

Nivel Meso: A nivel central, regional y comunal tenemos los gobiernos, las asociaciones empresariales, sindicatos, organizaciones de consumidores y demás organizaciones privadas, las instituciones de investigación y desarrollo privadas y públicas, las instituciones financieras y las instituciones educativas.



Nivel Micro: Los productores, servicios al productor, comercio y los consumidores. Son factores determinantes para la competitividad de las empresas, la calificación del personal y la capacidad de gestión.

Determinantes de la competitividad sistémica

Según Klaus Esser, Wolfgang Hillebrand, Dirk Messner, Jörg Meyer-Stamer (1994), para optimizar los potenciales de efectividad en los niveles micro, macro y meso resultan decisivas la capacidad estatal de conducción de la economía y la existencia de patrones de organización que permitan movilizar capacidades de creatividad de la sociedad. La modernización económica y el desarrollo de la competitividad sistémica no pueden dar resultados sin la formación de estructuras en la sociedad entera. Si se emprenden reformas macroeconómicas sin desarrollar al mismo tiempo una capacidad de regulación y conducción (reforma del Estado, articulación de los actores estratégicos) y sin la formación de estructuras sociales, las tendencias a la desintegración social se agudizarán todavía más. De hecho la competitividad

sistémica sin integración social es un proyecto sin perspectivas, debido a que esta se basa en un contexto de acción institucional que se distingue por tres cualidades fundamentales:

- La compatibilidad de los sistemas de valores más significativos, primero de los actores estratégicos, y después de grupos de la población cada vez más grandes (consenso mínimo),
- La capacidad de los actores sociales para reaccionar con rapidez y eficacia a los requerimientos del ajuste económico, social, político y ecológico (capacidad de aprendizaje y transformación), y a un plazo más largo, instituciones, regulaciones y hábitos que posibilitan expectativas de comportamiento estables y de largo plazo (estabilidad), permaneciendo abiertas a nuevos desafíos (apertura y cambio).

Planteamiento del Problema y Metodología de Estudio de Campo.

En la actualidad se ha contemplado como las empresas al tratar el tema de la Responsabilidad Social Empresarial presentan un enfoque que en general se ha entendido como manejo publicitario

basado en una imagen que sólo se sustentaba en buenas intenciones, dejando en el fondo un gran vacío en temas de alta importancia que se relacionan con su entorno más cercano, y más aún, con quienes conforman su organización interna.

Este enfoque que es utilizado todavía por la gran mayoría de las empresas produce graves incongruencias entre la imagen pública de las empresas que lo practican y las acciones concretas de estas, es decir, por una parte dan a conocer una imagen que resalta valores esenciales como respeto al medio ambiente, buen trato con sus trabajadores, inserción, desarrollo y solución a los problemas de su comunidad cercana, buen ambiente organizacional, etc.

En el presente, se propone el ejercicio de la RSE desde una perspectiva la cual contempla por sobretodo la congruencia institucional entre imagen y acciones concretas, el cual es llevado a cabo desde un punto de vista sistémico que involucra a todos los actores que participan en la vida y desarrollo de una empresa.

Es por esto que toma gran importancia mirar hacia el Territorio Pencopolitano el cual entrega el mayor aporte para solucionar el problema del desempleo en la región, ya que cuenta con los recursos naturales, económicos y culturales, además de concentrar el mayor número de empresas en la actualidad.

Hipótesis de trabajo:

Las empresas situadas en el Territorio Pencopolitano que poseen un mayor número de trabajadores en su planta tienden a practicar con mayor grado la Responsabilidad Social Empresarial desde un punto de vista sistémico integrado en todos sus niveles.

Metodología de estudio:

La metodología utilizada se basa en un estudio de índole descriptivo y explicativo para la recopilación de los datos, se encuentra establecida en una encuesta realizada a 50 empresas que componen el Territorio Pencopolitano, este número de empresas (50) fue el resultante de las siguientes restricciones:

- Según la última encuesta ENIA (Encuesta Nacional Industrial Anual)



2006 las empresas que se encuentran establecidas en la Octava Región son 612.

- Discriminando las empresas que componen el sector Pencopolitano (comunas de Concepción, Talcahuano, Tomé, Penco, Hualpén, Chiguayante y San Pedro de La Paz) quedan 292 para objeto de estudio.

- Al acotar nuestra lista a empresas a un número de trabajadores mayor a 500 personas la cantidad de empresas arrojada no era las suficientes para conformar un tamaño de muestra lo suficientemente representativo. Es por esto que decidimos optar desde 100 trabajadores o más. Esto nos dio como resultado que nuestra muestra se acotó a pequeñas y medianas empresas y grandes empresas. (Según clasificación de la Corporación Nacional de la Producción de Chile)

- Excluyendo del estudio a las empresas que ya no se encuentran en funcionamiento arroja 50 empresas.

- Las empresas que efectivamente participaron en este estudio respondiendo las encuestas arrojan 30 empresas.

El porcentaje de participación final de encuestas de las 50 empresas a objeto de estudio es de un 60%.

La encuesta utilizada en total consta de un cuestionario con 40 preguntas distribuyéndose de la siguiente manera: una pregunta abierta y, treinta y nueve preguntas cerradas con cinco alternativas inducidas de ocurrencia cada una que representan un número:

NUNCA	=	1
CASI NUNCA	=	2
A VECES	=	3
CASI SIEMPRE	=	4
SIEMPRE	=	5

El medio elegido por el cual fueron enviadas las encuestas es mediante correo electrónico dirigido, método con un bajo costo de puesta en marcha de la encuesta y de la recolección de los datos final.

La encuesta fue dirigida al correo electrónico de integrantes de la organización que asumieran un rol importante en la toma de decisiones de la empresa. Para ello se realizó una investigación de los cargos que cumplieran con este requisito en cada una de las empresas a objeto de estudio, logrando con ello el correo electrónico y un número telefónico de contacto.



Al momento de enviar la encuesta por medio de correo electrónico se realiza una llamada telefónica para acusar recibo de la información.

Datos y Análisis:

Análisis de ocurrencia por campo analítico.

Respecto de la Concepción del concepto de RSE y su relación con la competitividad.

De acuerdo a esta clasificación, el estudio nos demuestra que en promedio (3.2), las empresas del sector Pencopolitano aplican a veces el concepto de RSE como herramienta para relacionarse con el medio a través de su competitividad. Se observa que este promedio es ponderado entre el alto índice que demuestra el hecho de llevar a cabo estas prácticas activas dentro del territorio estudiado (4), la facultad de tomar decisiones acerca de las políticas de RSE en la Octava Región (4), contra el bajo índice en el hecho de que las empresas del Sector Pencopolitano en general no cuentan con una persona exclusiva en la empresa que este a cargo de llevar a cabo estas decisiones (2). Con respecto al resto de

las variables que implican una relación entre la empresa y sus políticas de RSE con el entorno en cuestión se observa que todas están a la par con la media. En otras palabras las empresas ocasionalmente integran políticas de marketing responsable/coherente dentro de su organización, sólo a veces dentro de su organización existe un conocimiento a nivel general entre los empleados con respecto a técnicas de responsabilidad social al igual que la inclusión de todos los niveles organizacionales dentro de estas prácticas y la ejecución de ellas como un elemento diferenciador de la empresa.

El análisis arroja también tres puntos críticos considerables a resaltar que son coherentes con la media obtenida más arriba. El primero es el hecho de que doce de las treinta empresas no cuentan con este encargado de RSE explícito en la empresa a pesar de que el segundo punto importante indica que ocho de estas treinta siempre ejercen prácticas de RSE con el medio en que están insertas. Este porcentaje es la misma proporción (ocho de las treinta) de las empresas que además de ejercer estas prácticas tienen poder de



decisión dentro de la Octava Región. Finalmente, y debido a esto, se obtiene una media de tres empresas dentro del Sector Pencopolitano que están cercanos a tener una relación nula con su entorno y aplicar la RSE como una herramienta de competitividad, al contrario de las cinco empresas que están en el otro extremo donde aplican siempre el concepto de RSE como una herramienta diferenciadora para la competencia.

Respecto de la Gestión de la RSE en función del enriquecimiento del sistema de valor competitivo territorial.

El estudio demuestra que existe una media de dos punto seis (2.6) en donde las empresas del sector Pencopolitano aplican a veces el concepto de la RSE como una gestión y herramienta para enriquecer el sistema de valor competitivo territorial. Se observa que esta media es estipulada debido a la baja en general de las variables encuestadas acerca de este sistema. Los puntos acerca de la capacitación junto a otras organizaciones del sector Pencopolitano, el contar con diversas instancias de trabajo en conjunto con sus pares

industriales, la participación en gremios en conjunto con otras empresas y el desarrollo de iniciativas para la incubación de empresas como el fomento de creación de PYMES relacionadas directamente con la empresa progenitora se efectúa en algunas ocasiones. (“a veces” en la encuesta). A su vez, se tiene una media de variables estudiada que se práctica casi nunca (2). Estas son:

- La participación en la gestación de proyectos de infraestructura dura, el desarrollo de instituciones y organizaciones sectoriales.
- La participación en iniciativas de difusión de tecnología a nivel regional, y el desarrollo de planes educativos con entidades educativas.
- La participación en instancias conjuntas con instituciones de carácter científico y desarrollo nacional y la coordinación con instituciones financieras para el diseño de instrumentos de financiamiento.

Los promedios observados anteriormente concuerdan entre sí al analizar el número de empresas que se refieren a estas variables. Se observa que existe una



media de siete (7) de cada treinta (30) empresas que definitivamente no gestionan la RSE en función de enriquecer el sistema de valor de las competencias en el Territorio Pencopolitano. De todas maneras se observa un número opuesto (2), pero menor de empresas que siempre están llevando la gestión responsable social para enriquecer el valor competitivo del medio en que están insertas.

Se identifican tres puntos críticos importantes dentro de este cruce de variables. El primero es que más del cincuenta por ciento (16 de cada 30) de las empresas encuestadas nunca participa en la gestación de proyectos de infraestructura para el beneficio de la competitividad del Pencopolitano y solo una lo hace siempre. El segundo y tercer punto crítico tienen que ver con la participación de la empresa en conjunto con otras entidades del rubro, tanto en actividades de capacitación como en gremios conformados por ellas y otras empresas del sector productivo. Estas indican que lo hacen en algunas ocasiones. (“A veces” o número tres en la encuesta).

Finalmente se observa la coherencia entre ambas medias expuestas. El número de empresas que tiene una participación activa en la gestación de la Responsabilidad Social Empresarial como un aporte al valor competitivo del territorio es menor a las empresas que no participan y esto se ve reflejado en la media general de las empresas.

Respecto de la RSE y el enriquecimiento de la cadena de valor del negocio.

El estudio demuestra una media alta en relación al uso de la Responsabilidad social Empresarial con respecto al enriquecimiento de la cadena de valor del negocio. Éste indica que en general las empresas encuestadas casi siempre (“4” en la encuesta) se preocupan de utilizar la RSE para valorizar positivamente su cadena de valor en la empresa. Lo anterior se explica debido a una alta preocupación de los encuestados a la hora de invertir en su cadena de distribución nacional, en sus operaciones para el crecimiento de su producción, en nuevas actividades productivas para asegurar este nivel de fabricación, en la adquisición de nuevas plantas y en la certificación

ambiental adecuada, frente a algunas determinantes neutrales a la hora de llevarlas a cabo, como la inversión en la capacitación de clientes, la certificación de competencias laborales y el desarrollo de proveedores relacionados directamente con la producción. Las encuestas permiten observar también de manera indiscutible que hay un mayor número de empresas (7) preocupadas por aplicar la RSE en relación a su cadena de valor frente a otras que nunca se han preocupado de esto (3).

Se notan dos puntos clave dentro de esta agrupación de variables. El primero es que más del 40% (13 de cada 30) de las empresas se preocupan de una certificación ambiental exigente, en cambio dos nunca lo han hecho, y el segundo es que nueve de cada treinta (30%) nunca ha invertido en la capacitación para sus clientes.

En definitiva en este campo analítico se deduce que el alto porcentaje de empresas que sí están preocupadas por el enriquecimiento de la cadena de valor por medio de una política activa de la responsabilidad social se ven reflejadas

directamente con la media de las respuestas obtenidas dentro del conglomerado de variables. Esto debido a que más de un 30% de las empresas siempre están preocupadas de invertir en sus activos con el fin de enriquecer su producción final, no obstante las respuestas indican, como se decía anteriormente, que hay una baja no menor a la hora de preocuparse por sus proveedores, certificaciones laborales y la inversión en nuevas plantas.

Respecto de la gestión de RSE y el enriquecimiento del entorno social y ambiental territorial.

Con respecto a la media de las empresas que se preocupan de la gestión de la responsabilidad social empresarial para enriquecer el entorno social, ambiental y territorial se puede decir que del total de empresas encuestadas solo a veces llevan a cabo esta práctica (“numero 3” en la encuesta), destacándose por sobre estas variables el hecho que las empresas apoyen casi siempre (“numero 4” en la encuesta) a fundaciones sin fines de lucro como asociados permanentes, y por el contrario (bajo la media determinada) prácticas como la participación en el

diseño y elaboración de estrategias de desarrollo regional/comunal y el desarrollo de un plan comunal, las cuales arrojan un promedio de casi nunca haber participado. (“numero 2” en la encuesta).

Respecto de los puntos críticos, se observa una amplia mayoría (6 organizaciones) sobre las empresas que nunca han tomado en cuenta la RSE como una herramienta de enriquecimiento del entorno social contra las empresas que si lo han realizado en todas las ocasiones (2 entidades). Esto, en primer lugar, se ve explicado por las dos variables en las que el 40% de las empresas (12 de 30) nunca han participado dentro del desarrollo de planes y agendas comunales-nacionales y el hecho de que al mismo tiempo no existan empresas que siempre lo han hecho, y en segundo lugar a pesar de que existe un promedio alto con respecto al total de las encuestas, sólo 6 de cada 30 empresas han apoyado siempre a organizaciones sin fines de lucro de manera permanente.

Finalmente se puede determinar que existe un consenso a nivel general entre las empresas, ya que se puede observar

que concurre un comportamiento de acuerdo a la media total con respecto a lo que contestaron las empresas de la agrupación. Si bien existen cinco categorías en donde no hay empresas que siempre estén relacionándose en iniciativas de fomento regional, comunal y nacional, a su vez registran una baja participación en la elaboración de planes regionales, sin embargo no existen empresas que nunca lo conciban.

Análisis Taxonómico.

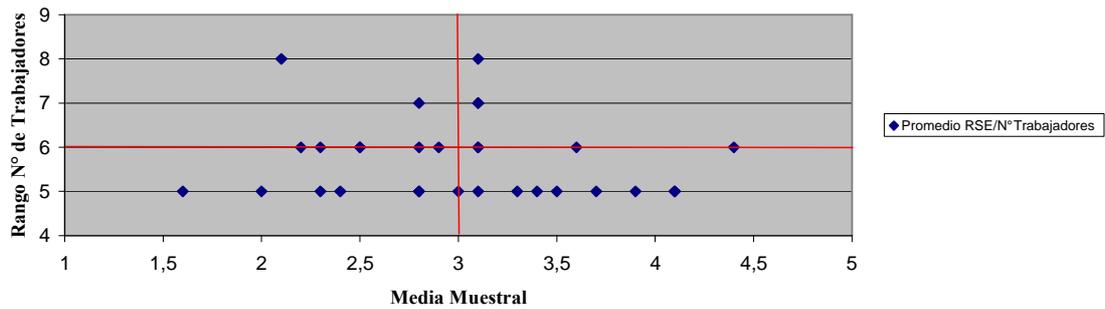
Respecto al gráfico de la taxonomía general del equilibrio sistémico. De acuerdo al gráfico se indica que a nivel general el porcentaje más alto de compromiso sistémico se produce en las empresas que poseen menor número de trabajadores con respecto a la media estipulada. El gráfico general demuestra que existe una empresa (E26) que presenta un número de trabajadores igual a la media y posee un comportamiento sistémico mayor a todas las empresas del territorio encuestado. A su vez, se encuentra la empresa E24 que presenta el mayor número de trabajadores estipulado por la encuesta, no obstante realiza un bajo nivel de prácticas de responsabilidad



sistémica empresarial. Finalmente el gráfico indica que la empresa E23 se encuentra en condiciones críticas respecto a su desempeño como empresa en relación a la RSE. Las debilidades de este campo son el hecho de que no se participe en el diseño y elaboración de estrategias de desarrollo regionales así como la nula participación en el diseño y elaboración

del plan de desarrollo comunal. La única fortaleza del campo es el apoyo a fundaciones sin fines de lucro como asociados permanentes de la empresa.

Gráfico 12: Taxonomía General de Responsabilidad Sistémica Empresarial en el territorio Pencopolitano



Fuente: Elaboración propia en base al muestreo Censal.

Conclusiones.

Del presente estudio se puede concluir que el compromiso de las empresas que componen el Territorio Pencopolitano no es el apropiado para los tiempos actuales basados en la dura competencia, y que para ello se debe preparar la organización, ya que queda comprobado que la RSE desde un punto de vista sistémico se transforma en una herramienta fundamental a la hora de progresar, no importando la magnitud de trabajadores que ella posea, sino la forma en que se relacione con su medio.

En términos generales se concluye que en el Territorio Pencopolitano la relación empresa/territorio a nivel sistémico es una interacción mediana. A pesar de que la mayoría de las empresas cree estar “en sintonía” con el medio que las rodea y aseguran interactuar con sus pares verticales y horizontales no presentan una mayor conexión con éstos, exceptuando las actividades que tengan que ver con el enriquecimiento de la cadena de valor de su negocio, la cual es tironeada hacia arriba debido a la fuerte preocupación que tienen por invertir directamente en mantener su producción a un nivel alto, tanto en

infraestructura como en la diferenciación de productos y lograr una cadena de distribución nacional amplia. Esta gestión de la RSE para enriquecer la cadena de valor tiene tres puntos débiles los cuales hacen caracterizar a las empresas como entes “egoístas”. Las medias más altas tratan sobre lo nombrado anteriormente (inversión interna) y las más bajas hablan sobre el hecho de invertir en la capacitación de sus clientes y el hecho de promover proveedores de bienes e insumos que estén directamente relacionados con la producción de ellas. Esto último puede ser explicado por el bajo “pensamiento en red” que demuestran, mediante el censo, las empresas al relacionarse con su entorno.

De acuerdo a la taxonomía generada en el estudio, es posible concluir que no existe consenso frente a ninguna de las prácticas a nivel general de Responsabilidad Sistémica dentro del Territorio Pencopolitano. Esto se debe a la alta dispersión que se observa al graficar todas las empresas encuestadas y solo en pocas ocasiones coinciden con un comportamiento similar. Dentro de ésta, se concluyen 4 niveles de clasificación para las empresas. Estos son el sector 1, bajo nivel de

trabajadores y bajo nivel de compromiso sistémico, sector 2 implicando un bajo nivel de trabajadores y alto nivel de compromiso sistémico, sector 3 demostrando un alto nivel de trabajadores y bajo nivel de compromiso sistémico y el sector 4 el cual demuestra un alto nivel de trabajadores y alto nivel de compromiso sistémico. La mayoría de las empresas encuestadas se sitúan en el nivel 3, indicándonos que el estudio demuestra que el número de trabajadores de la empresa no influye con la relación de esta con el medio ni con su nivel de responsabilidad sistémica empresarial. Es más, los análisis realizados determinan que el mayor porcentaje de compromiso sistémico con el entorno ocurre en empresas de un menor número de trabajadores. Esto podría ser explicado por dos factores: el primero es que debido al aumento de industrialización que han tenido las empresas en el último tiempo, incorporando tecnologías, automatizando procesos y disminuyendo trabajadores sin bajar los niveles de producción y desarrollo, operando con menos mano de obra pero aun así permitiéndoles interactuar con el medio; y el segundo, podría ser la cercanía de empresas más pequeñas con

sus clientes. El hecho de ser más pequeñas las hace más accesible y por eso más voluntariosas a participar dentro del medio insertas.

Referencias.

- Albuquerque, F. (1995) Competitividad internacional, estrategia empresarial y papel de las regiones. Documento 95/28, Serie Ensayos, Dirección de Políticas y Planificación Regional, Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), abril.
- Buitelar, R. (2000) “Como crear competitividad colectiva. Marco para la investigación de políticas cluster”. Documento bibliográfico Primer Curso Internacional “Políticas Públicas para el desarrollo Sostenible”, Instituto Latinoamérica y del Caribe de Planificación Económica y Social, ILPES. Artículo del curso.
- CEPAL (1996). Panorama de la inserción internacional de América Latina y el Caribe. Documento LC/G.1941, Diciembre.
- Castells, M., y Hall, P. (1994). Tecnópolis del mundo. La formación de los complejos

- industriales en el siglo XXI.
Madrid, España: Alianza Editorial.
- Crone, M. And Roger, S. (2001) “Local Learning from multinational plants”: Knowledge Transfer in the Supply Chain”. *Regional Studies* Vol. 36.6
 - Echecopar, G. y Rock, J. (1999). “Desarrollo de la competitividad en la Región del Maule”, en *Instituciones y actores del desarrollo territorial en el marco de la globalización*. Concepción, Chile. “Ediciones Universidad del Bío-Bío e Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, pp. 321-374.
 - Esser, K. W. Hillerbrand, D. Messner y J. Meyer-Stamer (1994) “Competitividad sistémica. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas”. *Estudios e informes 11*. Instituto Alemán de Desarrollo.
 - Galdames, R., F. Gatica y L. Méndez (2002). “Globalización e infraestructura dura y estratégica en la Región del Bío-Bío. Una mirada prospectiva al 2020”. *Estudios Regionales*, N°14.
 - Galdames, R., F. Gatica, J. Méndez y A. Yévenes (2002) “Crisis en la pesca industrial. La necesidad de desenclavar un sector”, en Falabella G. Y R. Galdames, eds, *Repensar el desarrollo chileno. País, territorio, cadenas productivas*. Concepción, Chile: Ediciones Universidad del Bío-Bío. pp.- 370-429.
 - Galdames, R. (2009) *Gran empresa y territorio. El sector forestal maderero chileno Del Maule a Los Ríos*. Concepción, Chile: Ediciones Universidad del Bío-Bío
 - Montero, C. y Morris, P. (1999) “Territorio, competitividad sistémica y desarrollo endógeno. Metodología para el estudio de los sistemas regionales de innovación”, en *Instituciones y actores del desarrollo territorial en el marco de la globalización*. Concepción, Chile: Ediciones Universidad del Bío-Bío e Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, pp. 321-374.
 - Porter, M. (1979) “How competitive forces shape strategy”, *Harvard Business Review*, J. Vol 57, N°1, marzo-abril, pp. 137-145.

- Porter, M. (1987). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. 1ª ed. Española. México: CECSA 1995.
- Porter, M. (1996) "What is Strategy". *Harvard Business Review*, Vol. 74, N°6 Noviembre-Diciembre, pp 61-78.
- Porter, M., y Kramer (2006) "Estrategia y Sociedad. El vinculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa". *Harvard Business Review*, Vol. 84. N°12, diciembre, pp. 42-57.
- Rojas, C. (2001) "Globalización y capacidades colectivas de aprendizaje tecnológico. Requerimientos institucionales a partir del caso de la región del Bío-Bío", en Muñoz, O. Editor, *Más allá del bosque: transformar el modelo exportador*. Santiago de Chile: Facultad Latinoamericana de ciencias sociales (FLACSO), pp. 145-183.
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) - Fundación PROhumana (2000): "Responsabilidad Social Empresarial" Informe de mesas de trabajo, Santiago de Chile.
- Rojas C. (1999) "Instituciones para la economía política del desarrollo territorial en el contexto de la globalización. Una aproximación desde el caso de la región del Maule" en instituciones y actores del desarrollo, Universidad del Bío-Bío e Instituto territorial de la globalización. Concepción, Chile: Ediciones Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, pp. 321-374.
- Yoguel, G. (2000) "Creación de Competencias en Ambientes Locales y Redes Productivas", *Revista de la CEPAL*, N°71, pp. 105-119, agosto.