



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**PROPUESTA DE MEJORA DE LA RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR RELEVANTE  
PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS  
DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR  
SERVICIOS, RUBRO CONSULTORIOS ODONTOLÓGICOS,  
DE LA AVENIDA ANTÚNEZ DE MAYOLO, DEL DISTRITO  
DE LOS OLIVOS, 2019**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN**

**AUTOR:**

GONZALES CERNA, EDUARDO  
ORCID: 0000-0002-0222-402X

**ASESOR:**

POMA ANCCASI, SIMÓN  
ORCID: 0000-0001-6594-8650

LIMA-  
PERÚ  
2020

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR:**

Gonzales Cerna, Eduardo

ORCID: 0000-0002-0222-402X

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Bach. En Ciencias Contables, Financieras y Administrativas, Escuela Profesional de Administración, Lima, Perú.

### **ASESOR:**

Poma Anccasi, Simón

ORCID: 0000-0001-6594-8650

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, facultad de ciencias contables, financieras y administrativas, Escuela Profesional de Administración, Lima, Perú.

### **MIEMBROS DEL JURADO:**

Meza de Los Santos, Juan Pablo

ORCID: 0000 0001 8852 1342

Morillo Campos, Yuly Yolanda

ORCID: 0000 0002 5746 9374

Espinosa Otoy, Víctor Hugo

ORCID: 0000 0002 7260 5581



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

ACTA DE APROBACIÓN DE ACTA DE SUSTENTACION DE TESIS N°

0077-061-2020

En la Ciudad de **LIMA**, siendo las **13:20** horas del día **25** de **octubre** del **2020** y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Versión Vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 34º, los miembros del Jurado de Investigación de tesis de la Escuela Profesional de **ADMINISTRACIÓN**, conformado por:

**MEZA DE LOS SANTOS JUAN PABLO** Presidente  
**MORILLO CAMPOS YULY YOLANDA** Miembro  
**ESPINOSA OTOYA VICTOR HUGO** Miembro  
**Mgtr. POMA ANCCASI SIMON** Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis: **PROPUESTA DE MEJORA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO FACTOR RELEVANTE PARA LA SOSTENIBILIDAD DE LOS EMPRENDIMIENTOS DE LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIOS, RUBRO CONSULTORIOS ODONTOLÓGICOS, DE LA AVENIDA ANTÚNEZ DE MAYOLO, DEL DISTRITO DE LOS OLIVOS, 2019**

**Presentada Por:**  
(2411091001) **GONZALES CERNA EDUARDO**

Luego de la presentación del autor(a) y las deliberaciones, el Jurado de Investigación acordó: **APROBAR** por **UNANIMIDAD**, la tesis, con el calificativo de **16**, quedando expedito/a él/la Bachiller para optar el TITULO PROFESIONAL de **Licenciado en Administración**.

Los miembros del Jurado de Investigación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:

**MEZA DE LOS SANTOS JUAN PABLO**  
Presidente

**MORILLO CAMPOS YULY YOLANDA**  
Miembro

**ESPINOSA OTOYA VICTOR HUGO**  
Miembro

**Mgtr. POMA ANCCASI SIMON**  
Asesor

## AGRADECIMIENTOS

A **Dios**, por sobre todas las cosas, porque su gracia, protección y misericordia se renuevan cada día en mí, y Él tiene el control de mi vida.

A mi **amada esposa**, por haber llegado a mi vida y por el aliento para culminar esta etapa, y seguir creciendo profesionalmente.

A los **amigos** de la infancia por estar allí cuando uno los necesita.

A la **universidad**, por haberme acogido en su institución y por el esfuerzo para conseguir la mejora continua para la tan ansiada calidad universitaria.

Al **docente tutor** del taller de tesis, por volcar sus conocimientos, exigencias y dedicación para el alcance del objetivo.

.

## DEDICACIÓN

A mi **madre** quien, con su abnegación, esfuerzo, amor y entrega, supo mostrarme que ante las diferentes pruebas que la vida te da, siempre una luz en el camino te ofrece la salida y que ahora desde el cielo sigue alumbrando el camino de sus hijos y nietos.

A mi **padre** con quien nunca pude terminar de escribir los últimos capítulos de nuestra historia juntos, esperando volver a verlo algún día, deseando allí donde está en el cielo pueda sentirse orgulloso de mi.

A mi **esposa**, por permitirme ser parte de su vida y de su historia, por los dones y talentos que posee y que no hacen más que engrandecer sus cualidades como persona, como esposa y como amiga.

A mi **hija**, pues a pesar de estar lejos siempre estuvimos juntos en las buenas y no tan buenas, a quien deseo mostrarle que los objetivos por más inalcanzables que parezcan si se pueden alcanzar, que es importante vivir tus sueños y forjar tu propio destino, y por, sobre todo depender de Dios.

A mis **hermanos**, que, aunque hoy separados estamos, es un deseo constante volver a juntarnos nuevamente.

Finalmente, a todos aquellos **empresarios y personas** que durante esta pandemia que asola al mundo, han mostrado solidaridad con las necesidades de la población, siendo socialmente responsables.

## RESUMEN

En la actualidad existen muchos consultorios odontológicos que utilizan publicidad engañosa para captar clientes, otros que incumplen sus responsabilidades con los grupos de interés. Estas malas prácticas ponen en riesgo la salud de los pacientes y no permite alcanzar la sostenibilidad de los emprendimientos. La presente investigación tuvo como objetivo proponer las mejoras de la RSE como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Mypes del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la Avenida Antúnez de Mayolo, del Distrito de Los Olivos, 2019. La investigación fue de tipo cuantitativa, descriptiva, no experimental con diseño transversal, sobre una muestra de diez Mypes. Este trabajo profundiza su estudio sobre la responsabilidad social de los consultorios odontológicos respecto a sus grupos de interés, evidenciando los siguientes resultados; el 50% de las Mypes no entrega un contrato laboral a sus trabajadores, solo el 40% de las Mypes ha capacitado alguna vez en temas de salud y seguridad laboral, mientras que solo un 70% de la Mypes cumplen con el pago a sus proveedores en las fechas pactadas, y un 90% cumple siempre con el código de ética profesional durante la atención al paciente, por otro lado un 20% de las Mypes nunca participa de campañas de salud en la comunidad. Al respecto se concluye que no todas las Mypes cumplen con sus deberes frente a los grupos de interés, es cierto que la implementación de RSE es voluntaria, sin embargo, hay componentes de esta que son de cumplimiento obligatorio.

**Palabras clave:** Emprendimiento, factor, grupos de interés, mejoras, responsabilidad social y sostenibilidad.

## ABSTRACT

Today there are many dental offices that use misleading advertising to attract clients, others that fail to fulfill their responsibilities with stakeholders. These bad practices put the health of patients at risk and do not allow the sustainability of the entrepreneurship to be achieved. The objective of this research was to propose CRS improvements as a relevant factor for the sustainability of MSEs in the service sector, dental office, on Antúnez of Mayolo avenue, Los Olivos District, 2019. The research was quantitative, descriptive, non-experimental type with a cross-sectorial design, on a sample of ten Mypes. This work deepens his study on the social responsibility of dental offices with respect to their interest groups, showing the following results; 50% of the MSEs do not deliver a labor contract to their workers, only 40% of the MSEs have ever trained in occupational health and safety issues, while only 70% of the MSEs comply with the payment to their suppliers on the agreed dates, and 90% always comply with the code of professional ethics during patient care, on the other hand, 20% of MSEs never participate in health campaigns in the community. In this regard, it is concluded that not all MSEs comply with their duties towards stakeholders, it is true that the implementation of CSR is voluntary, however, there are components of this that are mandatory.

**Keywords:** Entrepreneurship, factor, interest groups, improvements, social responsibility and sustainability.

## CONTENIDO

	<b><u>Pág.</u></b>
1. Título de la tesis	i
2. Equipo de Trabajo	ii
3. Hoja de firma del jurado y asesor	iii
4. Hoja de agradecimiento y/o dedicatoria	iv
5. Resumen y abstract	vi
6. Contenido	viii
7. Índice de tablas y figuras	ix
I. Introducción	1
II. Revisión de literatura	5
III. Metodología	77
3.1 Diseño de la investigación	77
3.2 Población y muestra	78
3.3 Definición y Operacionalización de variables e indicadores	79
3.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	82
3.5 Plan de análisis	82
3.6 Matriz de consistencia	83
3.7 Principios éticos	85
IV. Resultados	87
4.1 Resultados	87
4.2 Análisis de resultados	117
V. Conclusiones	123
Recomendaciones	128
Referencias bibliográficas	129
Anexos	135
Anexo 01: Instrumento de recolección de datos	135
Anexo 02: Directorio Mype	140
Anexo 03: Propuesta de mejora	141

## INDICE DE TABLAS

	<b><u>Pág.</u></b>
Tabla 1. Edad de los representantes de las Mypes	87
Tabla 2. Género de los representantes de las Mypes	88
Tabla 3. Grado de instrucción de los representantes de las Mypes	89
Tabla 4. Cargo que ocupan los representantes de las Mypes	90
Tabla 5. Tiempo de permanencia en el cargo de los representantes de las Mypes	91
Tabla 6. Tiempo de permanencia de la Mype en el mercado	92
Tabla 7. Cantidad de trabajadores en la Mype	93
Tabla 8. Tipo de parentesco entre los trabajadores y el representante de la Mype	94
Tabla 9. Propósito de creación de la Mype	95
Tabla 10. Tipo de constitución de la Mype	96
Tabla 11. La empresa elabora y entrega un contrato laboral a sus trabajadores	97
Tabla 12. La empresa capacita en temas de salud y seguridad laboral a sus trabajadores	98
Tabla 13. La empresa promueve las relaciones a largo plazo con sus proveedores	99
Tabla 14. La empresa cumple con los compromisos de pago en las fechas pactadas con sus proveedores	100
Tabla 15. La empresa tiene presente el código de ética profesional en el trato con los clientes	101
Tabla 16. La empresa tiene un servicio post atención al cliente	102
Tabla 17. La empresa ha mostrado rentabilidad	103
Tabla 18. La empresa proyecta crecer y tener otra sucursal	104
Tabla 19. La empresa cuenta con políticas de uso responsable de los recursos no renovables	105
Tabla 20. La empresa cuenta con protocolos de segregación, almacenamiento y transporte de los residuos biocontaminados	106

Tabla 21. La empresa participa en campañas de salud bucal en la comunidad	107
Tabla 22. La empresa lleva a cabo patrocinios hacia personas o eventos	108
Tabla 23. La empresa contó con apoyo de la administración pública para su formalización	109
Tabla 24. La empresa se ha favorecido con algún beneficio tributario por parte de la Municipalidad o de la SUNAT	110
Tabla 25. La empresa tuvo inconvenientes para conseguir el capital inicial	111
Tabla 26. La empresa ha buscado financiamiento externo para la sostenibilidad del emprendimiento	112
Tabla 27. La empresa cuenta con un plan de incentivos por alcance de metas para sus trabajadores	113
Tabla 28. La empresa capacita y fomenta el crecimiento profesional de sus trabajadores	114
Tabla 29. La empresa promueve la formalización de los laboratorios dentales con los que trabaja	115
Tabla 30. La empresa recibe promociones o descuentos de sus proveedores de insumos y materiales	116

## INDICE DE FIGURAS

	<b>Pág.</b>
Figura 1. Edad de los representantes de las Mypes	87
Figura 2. Género de los representantes de las Mypes	88
Figura 3. Grado de instrucción de los representantes de las Mypes	89
Figura 4. Cargo que ocupan los representantes de las Mypes	90
Figura 5. Tiempo de permanencia en el cargo de los representantes de las Mypes	91
Figura 6. Tiempo de permanencia de la Mype en el mercado	92
Figura 7. Cantidad de trabajadores en la Mype	93
Figura 8. Tipo de parentesco entre los trabajadores y el representante de la Mype	94
Figura 9. Propósito de creación de la Mype	95
Figura 10. Tipo de constitución de la Mype	96
Figura 11. La empresa elabora y entrega un contrato laboral a sus trabajadores	97
Figura 12. La empresa capacita en temas de salud y seguridad laboral a sus trabajadores	98
Figura 13. La empresa promueve las relaciones a largo plazo con sus Proveedores	99
Figura 14. La empresa cumple con los compromisos de pago en las fechas pactadas con sus proveedores	100
Figura 15. La empresa tiene presente el código de ética profesional en el trato con los clientes	101
Figura 16. La empresa tiene un servicio post atención al cliente	102
Figura 17. La empresa ha mostrado rentabilidad	103
Figura 18. La empresa proyecta crecer y tener otra sucursal	104
Figura 19. La empresa cuenta con políticas de uso responsable de los recursos no renovables	105
Figura 20. La empresa cuenta con protocolos de segregación, almacenamiento y transporte de los residuos biocontaminados	106

Figura 21. La empresa participa en campañas de salud bucal en la Comunidad	107
Figura 22. La empresa lleva a cabo patrocinios hacia personas o eventos	108
Figura 23. La empresa contó con apoyo de la administración pública para su formalización	109
Figura 24. La empresa se ha favorecido con algún beneficio tributario por parte de la Municipalidad o de la SUNAT	110
Figura 25. La empresa tuvo inconvenientes para conseguir el capital inicial	111
Figura 26. La empresa ha buscado financiamiento externo para la sostenibilidad del emprendimiento	112
Figura 27. La empresa cuenta con un plan de incentivos por alcance de metas para sus trabajadores	113
Figura 28. La empresa capacita y fomenta el crecimiento profesional de sus trabajadores	114
Figura 29. La empresa promueve la formalización de los laboratorios dentales con los que trabaja	115
Figura 30. La empresa recibe promociones o descuentos de sus proveedores de insumos y materiales	11

## I. INTRODUCCIÓN:

A nivel mundial la responsabilidad social empresarial viene tomando un papel importante durante el proceso de consolidación y sostenimiento de los emprendimientos en las Mypes, debido a que las tendencias en los consumidores pasan por la concientización del respeto a los derechos fundamentales de las personas y al uso adecuado de los recursos no renovables de nuestro planeta.

Así tenemos por ejemplo que la autora López (2018) nos señala en su investigación sobre *la responsabilidad social y su relación con el desempeño económico en las Pymes de la ciudad de Valledupar en Colombia*, que casi siempre las Pymes toman en cuenta el concepto de RSE en sus actividades en especial relacionadas al trato con el cliente y al cumplimiento de las obligaciones tributarias, por otro lado la investigadora Maldonado (2016) nos muestra en su trabajo titulado *la responsabilidad social en las MiPymes de la ciudad de México*, los beneficios de la implementación de RSE en las MiPymes presentado por el BID y elaborado por el instituto ETHOS para América Latina, por ejemplo: facilita la atracción de nuevos clientes, mejora de la eficiencia operacional, mejora la gestión para la administración de los riesgos laborales, abre la posibilidad a financiamientos externos, mejora la licencia social, entre otros.

Por otro lado, según la Organización Mundial de la Salud – OMS, nos habla de la cantidad recomendada de profesionales odontológicos que debe haber respecto a la población actual existente en cada país, así tenemos que:

En países desarrollados por cada tres mil habitantes debe haber un cirujano dentista, en los países en vías de desarrollo como el Perú, debiera haber dos mil ciudadanos por cada odontólogo, sin embargo, en nuestro país existen aproximadamente setecientos ciudadanos por cada odontólogo,

concentrándose más del 60% de ellos en la ciudad de Lima. Colegio Odontológico del Perú [COP] (2019).

Esto ha tenido como consecuencia,

La proliferación de publicidad odontológica engañosa en distintas ciudades del país para captar clientes y malas prácticas durante el ejercicio de la profesión, dentro de una competencia desleal entre cirujanos dentistas con afectación directa en la salud de las personas, convirtiéndose en un peligro grave de salud pública y que debe frenar cuando antes, afirmó el decano del colegio odontológico del Perú. (Vera, 2019).

En ese contexto en la zona delimitada para la investigación se aprecia un número considerable de consultorios odontológicos, muchos de ellos ya cerrados desde antes de la pandemia y otros que por la pandemia no han continuado trabajando.

Para la elaboración del presente trabajo se aplicó la metodología cuantitativa, descriptiva no experimental y transversal, sobre una muestra de diez consultorios odontológicos equivalente al 100% de la población. Así mismo la presente investigación presenta las siguientes justificaciones: teórica, pues se elaboró con el propósito de contribuir al conocimiento existente, basado en los antecedentes hallados a través de textos, revistas, artículos, tesis de similares contenidos, referencias de diferentes medios digitales, entre otros, adicionalmente los resultados de la presente investigación se espera contribuya como fuente base y un elemento importante de consulta para posteriores investigaciones en el rubro odontológico. Justificación práctica, por que propone los factores relevantes de la responsabilidad social para la sostenibilidad de los emprendimientos del sector servicios, rubro consultorios odontológicos ubicados en la avenida Antúnez de Mayolo, en el distrito de Los Olivos, además, los resultados del presente trabajo quedarán a disposición de los representantes de las Mypes muestreadas que tengan interés en la implementación y mejora de las buenas prácticas en responsabilidad social empresarial. Y, finalmente,

tiene justificación metodológica en el uso de la ruta cuantitativa, descriptiva no experimental, utilizando desde el inicio un proceso sistemático metodológico que a permitido estructurar de manera correcta cada uno de los capítulos y segmentos del trabajo, partiendo desde la idea de la investigación, revisión de la literatura existente a nivel internacional, nacional y local, recolección de datos utilizando un instrumento previamente validado, presentación y análisis de los resultados, conclusiones, recomendaciones hasta la elaboración de la propuesta de mejora de la RSE para la sostenibilidad de los emprendimientos del sector en estudio.

Para ello se ha planteado el siguiente enunciado: ¿cuál es la propuesta de mejora de la responsabilidad social empresarial como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos en las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos de la avenida Antúnez de Mayolo en el distrito de Los Olivos, 2019?

Donde se ha establecido los siguientes objetivos: Objetivo general, proponer la mejora de la responsabilidad social empresarial como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019 y donde se ha considerado los siguientes objetivos específicos: identificar los factores relevantes de la responsabilidad social empresarial para la sostenibilidad de los emprendimientos, de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019. Describir los factores relevantes de la responsabilidad social empresarial para la sostenibilidad de los emprendimientos, de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la

avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019 y finalmente, elaborar la propuesta de mejora de la responsabilidad social empresarial como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019.

Para una mejor lectura el trabajo se ha dividido en cinco capítulos; primero la introducción, seguidamente la revisión de la literatura donde apreciaremos trabajos que investigaron las variables de RSE y otras investigaciones que consideraron las variables de sostenibilidad en las Mypes, aportando algunos resultados interesantes, sin embargo, no se halló algún antecedente que haya investigado las dos variables juntas presentadas en esta investigación, como siguiente capítulo se muestra la metodología, luego mostraremos los resultados obtenidos tales como; que el 50% de las Mypes no entregan un contrato laboral a sus trabajadores, solo el 40% de las Mypes ha capacitado alguna vez en temas de salud y seguridad laboral, mientras que solo un 70% de las Mypes cumplen con el pago a sus proveedores en las fechas pactadas, además, solo el 90% cumple siempre con el código de ética profesional durante la atención al paciente, y por otro lado un 20% de las Mypes nunca participa de campañas de salud en la comunidad. En el siguiente capítulo se concluye que, son pocas las empresas que entregan un contrato laboral a sus trabajadores, también son pocas la Mypes que capacitan en temas de salud y seguridad a los trabajadores, no todas cumplen con realizar los pagos puntuales a sus proveedores y solo el 50% busca siempre una relación a largo plazo con sus proveedores. Y finalmente, se muestra las propuestas de mejora de la RSE como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos del sector en estudio.

## II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

### Marco teórico:

Hernández-Sampieri (2018) señala:

“El marco teórico es una etapa y un producto. Una etapa porque implica un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que debe estar relacionado con el planteamiento del problema (...) y un producto, que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte o informe de investigación” (yedigis y Weinbach, 2005), (p.70).

### 2.1 Antecedentes:

- **Antecedentes internacionales:**

Iniciamos con la investigación realizada por la autora Moreno (2020) quien presentó su trabajo en octubre del 2019 sobre *el gerenciamiento del plan de trabajo en seguridad y salud en una empresa prestadora de servicios odontológicos*, en la ciudad de Tunja, Colombia. Trabajo realizado para obtener el título de master en administración de organizaciones, teniendo como objetivo central: gerenciar el plan de trabajo en seguridad y salud en una empresa prestadora de servicios en salud oral, y para ello planteó los siguientes objetivos específicos: **a)** identificar los requisitos legales y normas técnicas en el sector de seguridad y salud en el trabajo, **b)** realizar el diagnóstico de la empresa respecto a la seguridad y salud en el trabajo, **c)** diseñar la matriz de identificación de peligros y evaluación de riesgos determinando las medidas de intervención con los controles específicos, **d)** plantear las políticas y objetivos del sistema de seguridad y salud en el trabajo y **e)** diseñar el plan de trabajo de acuerdo a los resultados de la matriz de riesgos de la empresa. Para ello se tuvo en cuenta el

método de análisis y síntesis de tipo descriptivo, teniendo en cuenta un enfoque documental, haciendo uso de diferentes documentos de consulta respecto a temas de seguridad y salud laboral basado en el marco de la normativa nacional. Los diferentes accidentes laborales que se dan en las empresas han llevado a las organizaciones a mejorar sus protocolos de seguridad y salud laboral, e implementar sistemas que permitan la capacitación al personal de manera preventiva y correctiva, de allí la importancia de incorporar este sistema como eje transversal en todas las áreas de la empresa. La investigación concluye con la propuesta para la implementación de un plan de gestión de la seguridad y salud laboral, donde se administren de manera apropiada los riesgos laborales y que sea esta una herramienta de gestión a implementarse en la organización, reconociendo la participación del administrador de organizaciones como el responsable de llevar a cabo dicha gestión. El estudio señala que existe una marcada deficiencia en temas de seguridad y salud en el trabajo, teniendo como consecuencia un lugar inseguro, totalmente alejado de los protocolos de salud y seguridad laboral, con marcadas actividades y acciones que ponen en una situación de vulnerabilidad y peligro a los profesionales odontólogos y personal asistencial, tales como; trabajos con alta carga de nivel repetitivo, trabajo prolongado de pie para los asistentes y trabajos sin cambio de posición y en continua concentración, adquiriendo posiciones inadecuadas para realizar los trabajos (doblar la espalda, girar, etc.), presencia de radiaciones físico ionizantes, entre otros.

Por otro lado, la autora López (2018) presenta una investigación sobre *la responsabilidad social y su relación con el desempeño económico en las Pymes de la ciudad de Valledupar, Colombia*, para obtener el grado de master en finanzas por la universidad de Montemorelos. El objetivo de la investigación fue determinar si existe

una relación importante entre la responsabilidad social y el desempeño económico empresarial en las Pymes de la ciudad de Valledupar, y los objetivos específicos fueron: **a)** medir el nivel de responsabilidad social empresarial de las Pymes, **b)** medir el desempeño empresarial de las pymes, **c)** aplicar un instrumento que permita conocer el grado de implementación de la RSE en las Pymes y **e)** aplicar un instrumento que permita conocer el grado de desempeño económico reflejado en las Pymes de investigación. Para la realización del presente trabajo la investigadora ha considerado la metodología de tipo descriptivo, correlacional, transversal con enfoque cuantitativo, sobre una muestra de 80 directivos y personal representante de las Pymes. La investigación muestra algunos datos interesantes como que más del 76% de los representantes son de género femenino, más del 63% de representantes viene laborando con una antigüedad de entre 1 a 5 años en la empresa, siendo los de mayor tiempo 11 años con un 11.3%. Además, logramos observar que un 8% de los encuestados casi nunca realizan actividades de responsabilidad social, sin embargo, el porcentaje que señala hacer siempre actividades de RSE lo conforman un 11%. Del mismo estudio se desprende que casi siempre las Pymes toman en cuenta el concepto de responsabilidad social en sus actividades lideradas por el personal directivo, además señala que las Pymes relacionan sus actividades de responsabilidad social unidas a las directrices en atención al cliente mediante la inversión en innovación, investigación y desarrollo, así como al cumplimiento de las obligaciones tributarias. La autora concluye en que la responsabilidad social empresarial tiene una relación favorable en el resultado del desempeño económico, adicionalmente la autora recomienda la implementación de un programa de responsabilidad social alineado con todos los estamentos de la empresa, buscando una identidad y participación de todos los

trabajadores con las políticas de responsabilidad social a implementar, así mismo recomienda crear un comité de ética que permita dar seguimiento a las políticas en responsabilidad social en la empresa, finalmente menciona la labor importante del Estado para el incentivo de políticas que fomenten la implementación de prácticas en responsabilidad social para las Pymes. Por tanto, una buena gestión en responsabilidad social está ligada directamente con un buen desempeño económico en las Pymes investigadas, justificando su implementación ya que a través de un buen desempeño económico de la Mype se podrá alcanzar la estabilidad y sostenibilidad de los emprendimientos.

Seguidamente, la autora Espín (2017) realizó una investigación denominada *plan estratégico en talento humano enfocado en salud y seguridad laboral en una empresa odontológica ecuatoriana*, realizada en la ciudad de Quito, Ecuador, trabajo para obtener el grado de maestría en dirección del talento humano por la Universidad Espíritu Santo. El objetivo de la investigación buscó realizar un plan estratégico del talento humano que tenga impacto en la gestión de seguridad y salud en el trabajo en una clínica dental, y como objetivo específico: identificar las posibles enfermedades y riesgos a los que están expuestos los trabajadores en una clínica dental, tomando en cuenta al personal médico, técnico, asistencial y administrativo. Para ello utilizó un enfoque cuantitativo descriptivo. A través del presente trabajo la autora pretende demostrar la importancia de un plan estratégico para la mejora de las condiciones laborales en la empresa a través del área de talento humano, señala también la importancia de que dicho personal manténgase siempre actualizado respecto al marco legal del país en temas de SST. Dicha investigación concluye que más del 67% de representantes de las Mypes son de género femenino, además, las edades de los

representantes con mayor presencia van en el rango de 25 a 40 años representando un 66%, un dato interesante es que solo el 44% de los empleados cuentan con un régimen contractual de asalariado (planilla) frente a un 36% que se encuentra en una relación de prestación de servicios profesionales (recibos por honorarios), del total de representantes encuestados solo el 46% eran Odontólogos, los porcentajes restantes se dividen entre asistentes dentales, técnicos dentales y personal administrativo. Por otro lado, existen múltiples enfermedades y accidentes a los que están expuestos los trabajadores, por ejemplo: más de un 36% mencionó haber tenido enfermedades musculoesqueléticas a causa de malas posturas, un 50% señaló haber tenido dolores en el cuello, un 16.7%, molestias en las muñecas, manos y dedos ocasionados por vibraciones de los instrumentos utilizados. Un dato interesante hallado es que solo el 60% de los encuestados decía conocer que existe un responsable de la salud y seguridad en el trabajo, mientras que un 36% decía que no existe. De allí la importancia de comunicar de manera precisa y oportuna los objetivos, planes, organización y funciones a todos los empleados de las Mypes, por otro lado, más del 70% señala haber recibido información o capacitación sobre los riesgos laborales en la empresa, en menor porcentaje el 38% de los encuestados señalan estar expuestos a cortes y pinchazos. Existen otros riesgos laborales presentes como enfermedades de la vista y a los oídos a causa del uso continuo de maquinarias y equipos con luces no ionizantes y con ruidos, además concluye en que si no se toman en cuenta estos peligros potenciales podrían desencadenar en enfermedades que conlleven a un ausentismo laboral, como por ejemplo en el año 2015 este ausentismo llegó a un 28% del total de trabajadores, originados por los descansos médicos del personal, perjudicando las operaciones del consultorio. La autora concluye con la propuesta para la

implementación de un plan de trabajo orientado a la búsqueda y mitigación de los riesgos laborales, cuya responsabilidad para la puesta en marcha debería recaer en el área de recursos humanos, buscando la participación y compromiso de todos y cada uno de los trabajadores de la empresa. Observamos en la presente investigación la cantidad de enfermedades laborales a los que están expuestos los cirujanos dentistas y sus asistentes, evidenciando además que si no se toman las medidas correctivas a fin de prevenir dichas enfermedades podrían terminar con un elevado porcentaje de ausentismo laboral del personal por descanso médico, trayendo para la empresa la necesidad de contratar a nuevo personal principal y/o asistencial, incrementando sus gastos operativos y reduciendo sus márgenes de ganancia, en definitiva este tipo de incidencias no permitirá que una empresa pueda consolidarse y llegar a ser sostenible en el tiempo.

En esa misma línea, la investigadora Maldonado (2016) realizó un trabajo titulado *la responsabilidad social empresarial en las MiPymes, en la ciudad de México*, trabajo realizado para la obtención del grado de master en gobierno local, cuyo objetivo buscó analizar e introducir la responsabilidad social empresarial en las MiPymes, y como objetivos específicos: **a)** analizar la situación actual y programas existentes de RSE, **b)** identificar la estratificación para las micro, pequeñas y medianas empresas en el país, **c)** desarrollar en base a programas existentes una metodología de como introducir prácticas de programas de RSE, y **d)** identificar los beneficios de introducir prácticas de RSE en las MiPymes. Para la presente investigación se utilizó el método analítico descriptivo. La presente investigación se realizó teniendo como población y muestra a la empresa Recrea Sport ISD, pequeña empresa dedicada a la instalación y construcción de superficies deportivas, constituida como Sociedad

Anónima de Capital Variable, conformada por cinco socios y 25 empleados. De la investigación se resalta lo siguiente: la autora en sus conclusiones señala la importancia de implementar la responsabilidad social en las MiPymes citando a (Díaz Cruz, 2010), quien señala que los motivos para la implementación de la responsabilidad social empresarial pueden ser de carácter ético o religioso, buscando mejorar la imagen o reputación de la empresa, o por presiones de los diferentes *stakeholders* con los que se relaciona la empresa, siendo esta motivación una exigencia cada vez mayor desde los consumidores externos e internos de la empresa, y por supuesto teniendo en cuenta los beneficios económicos que pueda obtener, de cara a la sostenibilidad. Según señala la autora, las MiPymes tienen una mayor influencia en la sociedad mexicana de allí la relevancia de mostrarse socialmente responsable frente a la comunidad. En la presente investigación la autora cita a (Ramos, et al., 2009), quien señala que estudios realizados por el BID (2007), y el *Sustain Ability*, la Corporación Financiera Internacional y el Instituto Ethos (2003) en América Latina y el Caribe, muestran una serie de beneficios importantes para las Mypes que optan implementar actividades de RSE, por ejemplo:

- a) Facilita la atracción y retención de clientes.
- b) Mejora la eficiencia operacional.
- c) Mejora la atracción, retención y productividad de los trabajadores.
- d) Mejora la gestión de riesgos laborales.
- e) Incentiva la innovación.
- f) Abre las posibilidades a financiamiento externo.

g) Mejora la licencia social.

h) Mejora la imagen y reputación de la empresa.

Así mismo recomienda la implementación del sistema de responsabilidad social empresarial a través de cinco etapas propuestas por Gerard, las cuales tienen sentido y de aplicación práctica, siendo las etapas siguientes:

a) Autodiagnóstico y análisis de la situación actual.

b) Definición de la estrategia.

c) Implementación.

d) Comunicación y

e) Mejora continua como parte de la evaluación de los resultados obtenidos.

Es importante resaltar que cada vez los mercados se vuelven más exigentes respecto a la elección de una empresa para satisfacer las necesidades de los consumidores, esta exigencia también es una oportunidad para que las MiPymes vean en la RSE una estrategia de posicionamiento y crecimiento en el mercado. Se observa además una gran lista de beneficios a alcanzar tras la implementación de buenas prácticas en RSE, también es relevante observar que el proceso para la implementación sugerido por Gerard es sencillo, lo cual permite a cualquier profesional con conocimientos básicos en gestión empresarial, poder implementarlo.

Una mirada similar nos da los siguientes autores, Landaeta, Saavedra y Stevens (2015) en su investigación acerca de *la responsabilidad social en la pequeña y mediana empresa chilena*, trabajo realizado para la obtención del título como ingeniero

comercial por la Universidad de Chile. El objetivo principal de su investigación fue diagnosticar la situación actual de las Pymes y su relación con la RSE, además, conocer cuál es su impacto en la reputación corporativa?, teniendo como objetivos específicos los siguientes: **a)** determinar la proporción de pequeñas y medianas empresas que creen realizar actividades de RSE, **b)** estudiar las dimensiones relacionadas con el concepto de RSE que en la práctica utilizan las Pymes, **c)** identificar los medios utilizados para comunicar las actividades de RSE de las Pymes, **d)** identificar los agentes a los cuales está dirigida la comunicación de las acciones de RSE. Para ello utilizaron una metodología de carácter exploratoria, cuantitativa y transversal simple. La investigación se realizó en una muestra de 97 Pymes, teniendo como resultado los siguientes; el 65% de las Pymes encuestadas fueron del sector privado, y dentro de ellas el mayor porcentaje fue del sector servicios, la edad promedio de los representantes de la Pymes es de 42 años, el 52% de los representantes es el mismo dueño que ejerce el cargo de gerente. Por otro lado, el 28% de la población encuestada señala si realizar actividades de RSE, de este porcentaje el 32% señala que a pesar de realizar dichas actividades no suelen publicarlas, y de quienes si publican sus actividades los medios más usados son: correos electrónicos con un 85% seguido de las páginas web. Este trabajo concluyó en que muchas de las empresas no son conscientes que realizan algún tipo de labor dentro de la responsabilidad social. Este pensamiento se ve afianzado en la creencia de que por el hecho de ser una pequeña empresa no pudieran hacerlo, y es que para ellos las Pymes se desenvuelven en un ambiente demasiado competitivo y hasta agresivo, en donde día a día se lucha por la subsistencia, estando obligadas a realizar actividades que les genere ingresos de manera inmediata, de esta forma pensar en la implementación de actividades de

responsabilidad social no es una prioridad para ellos. A pesar de ello es importante señalar que para otras empresas si es fundamental llevar a cabo actividades de responsabilidad social en el marco de su reglamento interno y valores éticos empresariales, convirtiéndose en un pilar fundamental para el desarrollo, crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos. Sin embargo, conviene mencionar que, si estas empresas voltean la mirada a las actividades de responsabilidad social aplicando por ejemplo estrategias de asociatividad para reducir los costos, podrían mejorar su posicionamiento de marca en la comunidad, y gozarían del reconocimiento, no solo de su entorno inmediato sino también de los otros elementos del *stakeholder* tales como; proveedores, clientes internos, entre otros.

- **Antecedentes nacionales:**

Saavedra y Coaquira (2019) elaboraron una investigación denominada: *la relación entre la responsabilidad social empresarial y la internacionalización de la Mypes del sector textil ubicadas en Lima Metropolitana, 2017-2018*, para obtener el título de licenciado en negocios internacionales por la Universidad San Ignacio de Loyola. Dicha investigación se realizó con el objetivo de analizar de qué manera la RSE se relaciona con la internacionalización de la Mypes del sector textil ubicadas en la ciudad de Lima, teniendo los objetivos específicos siguientes: **a)** determinar cómo se desarrolla la dimensión social de la RSE con la internacionalización de las Mypes del sector textil, **b)** determinar cómo se relaciona la dimensión económica de la RSE con la internacionalización de las Mypes del sector textil, y **c)** determinar cómo se relaciona la dimensión medio ambiental de la RSE con la internacionalización de las Mypes del sector textil. Para ello utilizaron la metodología de tipo descriptiva y correlacional con diseño no experimental transversal, con una muestra de 40 Mypes.

De la investigación se resaltan los siguientes resultados: un 92.5% está de acuerdo con la realización de actividades de responsabilidad social, por otro lado el 7.5% de los representantes señalan no tener en cuenta estas actividades, el 92.5% de los encuestados mencionan la importancia de contar con prácticas en salud y seguridad en el trabajo pero además, que estas deben superar los requisitos mínimos establecidos por ley, por otro lado, solo el 55% de los encuestados señala estar ofreciendo productos y/o servicios de calidad, ante la pregunta si en la empresa se afianzan las relaciones con los proveedores solo el 60% dijo estar de acuerdo, mientras que un 40% señala no creer en una relación a largo plazo con los proveedores, un 42.5 % de los encuestados están de acuerdo con que se dé prioridad a las necesidades de los consumidores o clientes, de la misma forma un 47.5 % señala que la empresa utiliza productos de bajo impacto ambiental, además, un 60 % de los encuestados señala estar de acuerdo con la implementación del uso de energías alternativas, igualmente más del 60% está de acuerdo con las buenas prácticas de actividades que respetan el entorno ambiental. Por otro lado, un 40% de los encuestados señala un crecimiento en las ventas mientras que un 35% se mostraba indeciso respecto a la misma pregunta, así mismo de los encuestados más de un 70% señala que la empresa brinda capacitaciones para la mejora en la atención al cliente, finalmente más de un 45% de los encuestados están de acuerdo con la innovación en los productos y servicios para lograr la internacionalización de su empresa. En conclusión los autores culminan su investigación señalando que la investigación demuestra la relación de la RSE y la internacionalización a través de tres dimensiones; económica, social y medio ambiental, toda vez que el mercado internacional es más exigente con el cumplimiento de las normativas sobre estandarización de procesos, compromisos medioambientales,

respeto de los derechos humanos y del trabajador, entre otras. Esta investigación nos muestra como a veces con solo cumplir los derechos fundamentales del trabajador, ya hacemos responsabilidad social, de allí la importancia de ser respetuosos de estas normas, más aún cuando las Mypes pretenden ampliar sus operaciones hacia un mercado más exigente como es el internacional, exigencia plasmada en los tratados de libre comercio entre los países miembros, tratados que estipulan el cumplimiento mínimo en buenas prácticas de RSE y que deben acreditar las Mypes.

Seguidamente los siguientes autores nos muestran un caso especial de una Mype, Flores y Silva (2018) en la presentación de su tesis sobre *la responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys – Chiclayo 2016*, para obtener el título de licenciado en administración de empresas por la Universidad Señor de Sipán, realizada en la ciudad de Chiclayo. La presente investigación tuvo como objetivo proponer estrategias de RSE para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys, teniendo como objetivos específicos los siguientes: **a)** analizar las estrategias de RSE que realiza la empresa, **b)** determinar los niveles de competitividad que tiene la empresa, **c)** determinar los factores de mayor incidencia en la RSE y en la competitividad en la empresa, y **d)** analizar la importancia de la RSE para mejorar la competitividad de la empresa Helatonys. Para la presente investigación los autores utilizaron la metodología descriptiva, propositiva no experimental. De los resultados obtenidos se lee que un 95% de los encuestados están de acuerdo con que la empresa desarrolle un plan de responsabilidad social, en el aspecto económico el 60% de los empleados señala estar conforme y que la empresa cubre sus expectativas, además un 45% de los trabajadores señala que, aunque en la empresa no hay un área de responsabilidad social esta viene cumpliendo con las leyes

que regulan la responsabilidad social en la empresa, por otro lado, el 100% de los encuestados señala que es bueno y muy bueno que la empresa practique los valores empresariales, del mismo total de encuestados el 100% de ellos afirman que es bueno que la empresa realice actividades de filantropía. De la segunda variable investigada más de un 64% señala estar de acuerdo en que la empresa desarrolle productos de calidad innovando también en las tecnologías, así mismo del total de trabajadores encuestados a un 55% le gustaría conocer los beneficios legales en materia de RSE para la empresa, un 40% estaría en total acuerdo y solo un 5% le es indiferente. Luego de revisar las anteriores respuestas observamos que existe una posición favorable y positiva frente a las actividades de RSE, sin embargo, al preguntarles sobre el área de responsabilidad social en la empresa, un 70% de los encuestados se mostraron indiferentes y el otro 30% está en desacuerdo. Finalmente, el 100% está entre de acuerdo y totalmente de acuerdo que la empresa apoye a ONG's en temas de filantropía, sin embargo, un 50% se muestra indiferente el recibir capacitaciones en temas ambientales. Para concluir, los autores llegan a lo siguiente: un 95% de los encuestados está de acuerdo con las prácticas de responsabilidad social así mismo de los distribuidores encuestados más del 64% considera muy buena las actividades de responsabilidad social de la empresa Helatonys, recomendando seguir con las buenas prácticas en responsabilidad social en trabajo conjunto con las ONG's ubicadas en el lugar de cara a aumentar su competitividad. Finalmente, los investigadores recomiendan extender las actividades de responsabilidad social al sector educativo del nivel escolar en la búsqueda del mejoramiento de la salud de esta población, también invertir en capacitaciones para los productores ganaderos a fin de mejorar sus procesos y por supuesto invertir en la difusión de las actividades hacia la comunidad para dar a

conocer las buenas prácticas y ser reconocida por la población. Observamos que existe una relación entre las buenas prácticas de RSE y la competitividad de las Mypes en estudio. Sin embargo, el rubro al que se dedica la empresa Helatonys, es considerado estacional, pues sus productos se consumen mayormente en la época de verano, debido a ello la empresa debe fortalecer sus estrategias para mantener sus ventas a lo largo del año, pudiendo ampliar su mercado a otras provincias o mantenerse en la misma y considerar la posibilidad de diversificar sus productos o servicios durante los meses de bajas ventas.

Volviendo a la Odontología, el autor Orbegoso (2018) realizó una investigación denominada *gestión odontológica y responsabilidad social, en la facultad de odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima 2017*, trabajo realizado para optar el grado de maestro en ciencias de la salud con mención en los servicios de salud, por la Universidad San Pedro de Chimbote. El presente estudio tuvo como finalidad determinar la relación de la gestión odontológica en la responsabilidad social en la facultad de odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, teniendo como objetivos específicos: **a)** identificar la gestión en la facultad de odontología, **b)** identificar la responsabilidad social del personal de la facultad de odontología. Es importante conocer como desde las casas de estudio de la profesión odontológica se cimentan las prácticas en responsabilidad social en el estudiante, prácticas que debieran continuar a lo largo de la trayectoria laboral profesional. La metodología utilizada fue de tipo descriptivo correlacional, la investigación se llevó a cabo con una muestra de 20 representantes administrativos de una población de 40, del total encuestados solo un 40% señala que la gestión odontológica es mala, un 35% señala que es buena y un 25% indica que es regular. La

presente investigación concluye en que el profesional odontólogo tras egresar de la carrera carece de una formación básica que permita gestionar administrativamente con éxito la conducción de la facultad, teniendo que aliarse con profesionales que asesoren en el área, así mismo concluye en que las universidades nacionales o privadas deben hacer un esfuerzo para la formación de nuevos profesionales con proyección social, basados en el trabajo en equipo, finalmente concluye que los profesionales capacitados en responsabilidad social universitaria pueden desarrollarse con una mayor eficiencia y eficacia en cada labor asignada. Así mismo el autor realiza las siguientes recomendaciones: que la responsabilidad social no se vea solamente como un aspecto declarativo si no que se aplique en todas las áreas de formación académica, finalmente sugiere que se implementen normas orientadas a la responsabilidad social con objetivos a corto, mediano y largo plazo. Finalmente. el autor de la presente investigación cita a Roig (2011) quien señala que el profesional en la carrera de odontología no está capacitado para ejercer la práctica de la odontología bajo la gestión empresarial, debido a que su formación académica en pregrado está orientada básicamente a la parte clínica. Esta manifestación se comprueba tras revisar la malla curricular de algunas universidades como la UNMSM, USMP, UNFV, entre otras donde se aprecia que los cursos en gestión empresarial no son la prioridad para dichas escuelas, entendiendo en principio que el profesional odontológico es un profesional de la salud y no de la gestión empresarial. Sin embargo, se recomienda que, para alcanzar el éxito de los emprendimientos en salud, se cuente con la participación de un profesional egresado de las escuelas de administración de empresas para la puesta en marcha del emprendimiento de forma apropiada y proyectando el rápido posicionamiento y sostenibilidad del mismo.

Por otro lado, el investigador Chavesta (2017) realizó una investigación *en gestión y sostenibilidad de las Microempresas artesanales de Monsefú, provincia de Chiclayo 2015*, trabajo realizado para la obtención del título profesional como licenciado en administración, por la Universidad Nacional Pedro Ruiz Gallo. El presente trabajo tuvo como objetivo determinar cómo la gestión influye en la sostenibilidad de la Mypes, teniendo como objetivos específicos los siguientes: a) diagnosticar las principales características de las Mypes de Monsefú, b) identificar los principales problemas de las Mypes, y c) determinar los factores de la sostenibilidad de las micro empresas artesanales. Para ello se utilizó la metodología descriptiva, explicativa y propositiva utilizando un enfoque cualitativo y cuantitativo. La investigación se realizó con una muestra de 85 microempresas teniendo como resultado lo siguiente: El 100% de los representantes son de género femenino, el mismo 100% de las representantes señalan no contar con un manual de organización y funciones u otros similares, del total de las encuestadas solo un 86% señala tener en cuenta la calidad de los insumos y del acabado de sus trabajos, del total de encuestadas solo un 41% de empresas tienen más de un trabajador, de ese porcentaje el 77% de las encuestadas señalan que sus emprendimientos están constituidos por familiares, adicionalmente observamos que solo un 36% de los representantes de las empresas ha recibido alguna capacitación en gestión empresarial, así mismo encontramos que solo un 8% de las Mypes encuestadas ha implementado alguna estrategia de gestión, siendo las más usadas **a)** calidad del producto, **b)** precios competitivos y **c)** innovación en los trabajos realizados. Un dato interesante es que solo el 13% de las Mypes mantienen un dialogo frecuente con los integrantes de su grupo de interés, otro dato interesante es que solo un 1% de las Mypes señala utilizar alguna maquinaria que pudiera contaminar

el ambiente, pero mejor aún, un 86% de las Mypes realizan actividades de reciclaje y reutilización de los desperdicios de la materia prima. Finalmente, el autor concluye mencionando la importancia de la asociatividad como elemento importante para lograr la sostenibilidad de las Mypes en mención, así mismo el autor recomienda la implementación de estrategias de gestión basados en tres aspectos básicos como son: lo **económico, social y ambiental**, factores que intervienen directamente en la sostenibilidad de los emprendimientos. En la presente investigación el autor nos muestra que el factor ausente más relevante en los emprendimientos es la falta de capacitación en temas de gestión empresarial, pues existe una relación natural entre la gestión empresarial y la sostenibilidad de las Mypes que aplican dicha gestión, también es importante mencionar que desde el Estado existen diferentes instituciones que brindan apoyo de manera gratuita para el fortalecimiento, capacitación y financiamiento para la consolidación y sostenibilidad de las Mypes.

Regresando a la responsabilidad social, Fernández, Jiménez y Fernández (2015) realizaron una investigación basada en *la responsabilidad social empresarial y su impacto competitivo en las Mypes del Perú*, trabajo realizado para obtener el título de contador público por la Universidad Nacional del Callao. La muestra para el presente trabajo está dada por tres Mypes del sector servicios rubro de actividades jurídicas, las cuales fueron reconocidas como empresas socialmente responsables por la asociación Perú 2021. Dicho trabajo tuvo como objeto determinar si la RSE genera un impacto competitivo en las Mypes del Perú, teniendo como objetivos específicos los siguientes: a) definir la importancia de conocer e informar conceptos de responsabilidad social empresarial que generan valor en las Mypes, b) analizar la responsabilidad social empresarial como factor estratégico y generador de ventajas

competitivas para las Mypes, c) determinar la influencia de los grupos de interés en el desempeño de la responsabilidad social empresarial en las Mypes. En el presente trabajo el tipo de investigación fue correlacional explicativa no experimental de método transversal correlacional para la hipótesis principal y para las hipótesis específicas fue de tipo correlacional explicativa, pues se estudió las relaciones entre las variables independientes y dependientes. El presente trabajo pretende demostrar que la implementación de la responsabilidad social como estrategia, proporciona ventajas competitivas frente a la competencia. Del análisis de los resultados los autores presentan la siguiente información: un 60% de los trabajadores señalan sentirse más comprometidos con la empresa tras haber sido informados sobre los objetivos estratégicos, un 45% de los encuestados señalan que el ausentismo laboral se ha reducido luego de recibir charlas sobre RSE, en una pregunta sobre las capacitaciones para evitar los riesgos de trabajo el 100% señaló que estas disminuirán los índices de accidentes, así mismo el 100% cree que el voluntariado corporativo contribuye a fortalecer las relaciones con la comunidad, por otro lado, el 50% de los encuestados afirma que la empresa si realiza actividades de RSE, mientras que un 45% afirma que probablemente, respecto a las campañas de reciclaje en la empresa un 85% afirma con toda seguridad que la empresa si realiza estas actividades, así mismo el 100% afirma que las políticas medioambientales de la empresa están orientadas al cuidado del ambiente. La investigación concluye en que el componente laboral es el motor principal de la organización así mismo resalta la importancia de la participación y compromiso de los trabajadores con los objetivos y misión de la empresa, en la búsqueda de la competitividad, de cuyo alcance y logro de metas se beneficiarán todos los componentes de la organización (*stakeholders*), pero lo más importante concluye

que las buenas prácticas en responsabilidad social empresarial en algunas Mypes ha permitido el ahorro de montos considerables de dinero, lo que demuestra que a largo plazo invertir en responsabilidad social si es rentable, sin restar calidad en los productos y servicios a ofrecer. Observamos pues que las buenas prácticas en responsabilidad social, aplicada desde las capacitaciones en temas de salud y seguridad laboral, logran mostrar un ambiente de trabajo adecuado donde cada uno de los colaboradores se sienta comprometido con los objetivos institucionales además de lograr la competitividad del emprendimiento. Así mismo es importante tomar en cuenta las necesidades de los grupos de interés con los que se relaciona la Mype.

Por otro lado, mencionaremos el trabajo realizado por el autor Lavado (2015) quien realizó una investigación sobre *los efectos de las políticas y estrategias de responsabilidad social empresarial en el Perú*, investigación realizada para optar el grado académico de doctor en Contabilidad y Finanzas por la Universidad San Martín de Porres. La investigación tuvo como objetivo principal determinar los efectos de las políticas y estrategias de RSE que se implementen en las empresas peruanas, teniendo como objetivos específicos: a) determinar los efectos de aplicación de las normas ISO 26000 Y 14000 en el desarrollo sostenible de las empresas, b) determinar los efectos de las políticas de RSE, en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés de las empresas, c) precisar en qué medida las estrategias de RSE inciden en el cuidado del ambiente, d) determinar las estrategias en RSE que inciden en la mejora de la capacidad técnica de las empresas en las Mypes, e) determinar las estrategias de RSE que tienen efectos en la negociación colectiva de las empresas y sus grupos de interés. Para esta investigación la metodología utilizada fue aplicada de nivel descriptivo, analítico correlacional, el trabajo de investigación se realizó sobre una muestra de 10

empresas ubicadas en los distritos de Lima y Callao. El trabajo mostró los siguientes resultados; del total de encuestados un 61% señala que los compromisos empresariales sobre responsabilidad social se encuentran bien establecidos en las estrategias de la empresa, un 74% de los trabajadores se muestran de acuerdo con los valores institucionales impartidos entre los empleados, así mismo un 51% opinó que la empresa promueve la implementación de buenas prácticas en materia de RSE entre los trabajadores y socios estratégicos, por otro lado un 75% de los encuestados señalan estar de acuerdo con que la empresa muestre patrones claros de conducta hacia los grupos de interés de su entorno, en un mismo porcentaje los encuestados opinaron estar de acuerdo con las buenas prácticas de no discriminación en la empresa, un dato interesante señala que más de un 65% de encuestados conoce de prácticas en la empresa en favor de la formación profesional de los empleados, así también un 74% de los encuestados están de acuerdo con los beneficios de las prácticas en seguridad laboral en el trabajo. El investigador concluye en que es importante la certificación con normas nacionales e internacionales en la gestión de la RSE y que estas acciones tienen un resultado de sostenibilidad para las empresas, mejorando la capacidad en técnicas de producción y procesos, fidelización de clientes, mejoras en las negociaciones con los *stakeholders*, finalmente señala que la inversión en RSE es igual a desarrollo sostenible de las empresas en el Perú. Importante señalar que a pesar de que la investigación se realizó en medianas y grandes empresas, la responsabilidad social como política y estrategia empresarial no debe ser solo para las grandes empresas, hoy en día es de necesidad y un deber de las Mypes emprender este tipo de iniciativas que permitan mejorar su posicionamiento, mejorar las relaciones con los *stakeholders*, esto podría aumentar las preferencias por parte de los consumidores,

siendo estos últimos quienes cada vez muestran un compromiso con el cuidado del medio ambiente y el respeto a los derechos humanos, lográndose identificar rápidamente con las empresas que realizan buenas prácticas en responsabilidad social y/o ambiental, al momento de elegir dónde comprar un producto o servicio.

- **Antecedentes locales:**

Iniciamos con el trabajo del investigador Oro (2019) quien elaboró una investigación denominada *estrategias de Marketing utilizadas por cirujanos dentistas de la práctica privada, en consultorios odontológicos de Lima Norte*, trabajo realizado para la obtención del título profesional de cirujano dentista, por la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. El autor tomo una muestra no probabilística por conveniencia, esta fue de 126 Mypes ubicadas en los distritos de Carabayllo, Comas, Los Olivos, Independencia y San Martín de Porres. El objetivo principal del presente trabajo es determinar cuáles son las estrategias del marketing que más vienen utilizando los dentistas en Lima Norte durante el año 2018?, y los objetivos específicos fueron: a) determinar si los cirujanos dentistas desarrollan un plan de marketing, b) determinar la frecuencia de estrategia de producto, precio, promoción, publicidad y e-marketing. La metodología utilizada fue de tipo observacional, transversal descriptivo. Los resultados de la presente investigación fueron: la mayoría de los representantes de las Mypes está representada por el género femenino en un 54% del total, donde el rango de edades con mayor preminencia es de 22 a 55 años. Por otro lado, un 88% de las Mypes señalan que elaboran un plan de mkg, mientras que casi un 12% de ellos no lo hacen. Se supo, además que en un gran número (no señala) las Mypes invierten entre el 10 y 15% de sus ingresos mensuales para el mkg. Finalmente llega a las siguientes conclusiones, dentro de las estrategias comúnmente utilizadas se encuentran el servicio

de calidad basado en una buena presentación de los trabajadores del consultorio dental, pero la más utilizada es la estrategia del precio como factor relevante para competir con los otros consultorios dentales para conseguir más clientes. Es preciso mencionar que éste antecedente no estudia ninguna de las variables investigadas, sin embargo, es importante pues comprobará la presunción de que la estrategia más utilizada por los emprendimientos en el sector consultorios odontológicos es el precio, aun cuando se aplique de manera incorrecta, además, será a través del *marketing* publicitario que se podría dar a conocer las buenas prácticas en responsabilidad social, de allí el interés de considerar el presente antecedente. Así mismo podríamos adelantar opinión respecto a que la estrategia de precio puede funcionar, pero por sí sola no es sostenible en el tiempo, además, es importante que el responsable del consultorio dental tenga en cuenta a los *stakeholders* de su entorno, como los especialistas en tecnología dental quienes son el pilar fundamental en el servicio de las prótesis dentales, pues son los profesionales en tecnología dental quienes elaboran las prótesis y los trabajos de ortodoncia, con el fin de manejar mejores precios entendiendo que es una estrategia en donde ganen todos.

Una investigación realizada por la autora Melgarejo (2018) nos habla sobre *las políticas públicas y la formalización de las Mypes en el distrito de Los Olivos*, trabajo realizado para la obtención del grado académico de maestra en Gestión Pública, por la escuela de post grado de la Universidad Cesar Vallejo. La muestra estuvo representada por 250 Mypes de una población de 711 ubicadas en el distrito de Los Olivos. El objetivo de la investigación fue determinar la relación de las políticas públicas y la formalización de las Mypes en el distrito de Los Olivos y los objetivos específicos fueron: a) determinar la relación entre las políticas de adaptación a normas y/o a

procedimientos y la formalización de las Mypes, b) determinar la relación entre las políticas de incremento de la competitividad y la formalización de las Mypes, c) determinar la relación entre las políticas de perfeccionamiento de incentivos y la formalización de las Mypes. El presente trabajo utilizó el método hipotético deductivo de tipo básico. Los resultados concluyeron en lo siguiente: el 90% de los emprendimientos son de tipo Micro empresa, el 10% restante está conformado por pequeñas empresas, la actividad predominante es el comercio con un 60% frente a los servicios que suman un 40%, respecto a la permanencia en el mercado solo el 23% de las Mypes tiene una permanencia mayor a 10 años, frente a un 16% quienes tienen menos de un año en el mercado. Así mismo el rango mayor de trabajadores por Mype está entre 1 a 3 trabajadores con una representatividad del 59% del total de la muestra. Finalmente, la autora concluye en que toda actividad que venga desde el Estado y este enfocada hacia la capacitación, asesoría en financiamiento, organización de la empresa, y políticas en general si tienen relación directa sobre la formalización de los emprendimientos en el distrito de Los Olivos. La informalidad como emprendimiento no es la mejor opción para iniciar una aventura empresarial, y a pesar de que en la actualidad existen muchos emprendimientos informales, estos nacen con los días contados debido al control y fiscalización de los gobiernos locales, limitaciones para contratar con el Estado e impedidos de poder vender a grandes empresas o al exterior, por todo ello es necesario que los emprendimientos se den dentro de la formalidad, de allí la importancia que las políticas públicas fomenten y agilicen esa transición de la informalidad hacia la formalidad.

Por otro lado, tenemos la investigación presentada por el autor Fernández (2018) quien realizó una investigación sobre *la relación que existe entre la responsabilidad*

*social empresarial y la competitividad en Mypes en los distritos de Lima Norte*, trabajo alcanzado para obtener el grado académico de maestro en Administración, por la Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle. El objetivo del presente trabajo fue establecer la relación entre la RSE y la competitividad en las Mypes de Lima Norte, teniendo como objetivos específicos los siguientes: a) determinar la relación entre los valores y la gestión gerencial de las Mypes, b) determinar la relación entre el público interno y la gestión de producción de las Mypes, c) determinar la relación entre los proveedores y la gestión financiera de las Mypes, d) determinar la relación entre los consumidores y la gestión comercial de las Mypes, e) determinar la relación entre la comunidad y la ciencia y tecnología de las Mypes, f) determinar la relación entre el medio ambiente y la internalización de las Mypes. Para la elaboración del presente trabajo el autor utilizó una metodología de tipo cuantitativa, descriptiva, explicativa correlacional sobre una muestra de 60 Mypes ubicadas en los distritos de Independencia, san Martín de Porres y Comas, estos tres distritos tienen como vecino en común al distrito de Los Olivos. Como resultado de la presente investigación hallamos que el 64.35% de las Mypes encuestadas si creen cumplir con los estándares de RSE, mientras que el 35.65% señala lo contrario, respecto a las buenas relaciones con los proveedores de las Mypes un 63.3% está de acuerdo en que es de fundamental importancia, mientras que el 36.7% opina lo contrario, así mismo el 61.7% de las Mypes están de acuerdo en la implementación de iniciativas que mejoren las relaciones con la ciudadanía, mientras que un 58.3% está a favor del cuidado del ambiente. Finalmente, el autor concluye en que existe una relación significativa con las dimensiones estudiadas; entre los valores de coherencia y gestión empresarial, entre publico interno y la gestión de producción, entre la dimensión de medio ambiente y la

de internacionalización, en líneas generales existe una relación directa e importante entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad de las Mypes. Observamos pues la relevancia que tiene la aplicación de RSE en las Mypes, es importante mencionar que, aunque la presente investigación no incluye el distrito de Los Olivos, el presente antecedente es relevante pues los tres distritos comparten límites territoriales y zonas comerciales con el distrito de Los Olivos.

Seguidamente, la autora Vilcapoma (2018) nos muestra una investigación sobre *la responsabilidad social empresarial y su relación con los tributos laborales en las Mypes del distrito de Los Olivos, 2017*, investigación realizada para obtener el título de contador público, por la Universidad César Vallejo. La presente investigación tuvo como objetivo principal determinar de qué manera la RSE se relaciona con los tributos laborales en las Mypes del distrito de Los Olivos, y como objetivos específicos los siguientes: a) determinar de qué manera la RSE, se relaciona con las obligaciones tributarias laborales en las Mypes, b) determinar de qué manera la RSE se relaciona con la relación laboral en las Mypes, c) determinar de qué manera la RSE se relaciona con los beneficios sociales en las Mypes del distrito. Para ello la autora utiliza la investigación de diseño no experimental-transversal de tipo descriptivo correlacional. Utilizando una muestra de 56 representantes de 16 Mypes del sector comercio y servicios. Como primeros resultados la autora menciona que el 39.29% de los representantes señala que las Mypes tienen una mala RSE frente a sus trabajadores, no realizando el pago del salario y beneficios sociales a tiempo, frente a un 28.57% que señala si tener buenas prácticas laborales, por otro lado respecto a la calidad de vida laboral, las Mypes señalaron en un 50% que no se brinda un buen clima laboral respecto a los horarios de trabajo y compensación salarial, frente a un 21.43% que

señala lo contrario, así mismo el 35.71% señala que la inversión en el capital humano es mala frente a un 8.93% que señala lo contrario. El autor concluye en que las Mypes harían responsabilidad social empresarial al cumplir con las obligaciones laborales respecto de sus trabajadores, por ello la exhortación a que las Mypes cumplan con este deber en el marco de la Ley, pues el ser una Mype no la excluye de dichas responsabilidades, además el cumplir con sus obligaciones repercutirá en el buen desempeño laboral de sus colaboradores, contribuyendo a la estabilidad laboral que tanta falta hace en nuestro país, finalmente concluye en decir que una empresa responsable con sus trabajadores la hace atractiva frente a la posibilidad de conseguir más clientes. Del presente resultado observamos que las Mypes investigadas no cumplen en su mayoría con los deberes laborales mínimos exigidos por ley. Esto dificulta el compromiso, lealtad, buen desempeño, productividad y hasta la sostenibilidad de la empresa cuando uno de los elementos más importantes de los grupos de interés como son los colaboradores, no ve satisfecha sus necesidades básicas como el acceder a ciertos derechos que por ley les asiste.

Otro estudio hecho por la investigadora Mendoza (2017) nos habla sobre *la calidad del servicio y el comportamiento de compra del consumidor del centro odontológico Famidental ubicado en Los Olivos*, trabajo realizado para obtener el título profesional en Marketing y Dirección de Empresas, por la Universidad Cesar Vallejo. El presente trabajo tuvo como objetivo principal determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con el comportamiento de compra del consumidor del centro odontológico Famidental, en Los Olivos, y los objetivos específicos son: a) determinar de qué manera la calidad de servicio se relaciona con el factor socio cultural del consumidor del centro odontológico Famidental, b) determinar de qué manera la calidad del

servicio se relaciona con el factor personal del consumidor, c) determinar de qué manera la calidad del servicio se relaciona con el factor psicológico del consumidor. Para ello la autora utilizó el método deductivo de tipo básico con enfoque cuantitativo de diseño no experimental transaccional, sobre una muestra de 173 pacientes. Del presente trabajo la investigadora llega a las siguientes conclusiones: si existe una relación entre el servicio brindado y las preferencias de compra del cliente, la clase social se relaciona con las exigencias que requieren los clientes, finalmente la referencia que los consumidores tienen del buen servicio brindado influye en la decisión de contratar los servicios del centro odontológico Famidental. Es importante mencionar que la presente investigación no contiene ninguna de las variables propias de mi investigación, sin embargo, la empresa Famidental se ubica a unos metros de la Av. Antúnez de Mayolo, y cuyo resultado es interesante para el investigador. Los distritos de Lima Norte, se han caracterizado por un crecimiento demográfico exponencial en los últimos años, este crecimiento ha sido motivado por la migración de ciudadanos provenientes de diferentes provincias de nuestro querido Perú, asentándose en los distritos de Puente Piedra, Comas, Carabayllo, San Martín de Porres, Independencia, Los Olivos, entre otros, es precisamente el distrito de Los Olivos el que presenta un desarrollo económico sostenido desde hace algunos años, producto de los diferentes emprendimientos, sobre todo en el sector servicios.

## **2.2 Bases teóricas:**

En los últimos años la sociedad empieza a tomar consciencia de que los recursos no son ilimitados, vivimos en un sociedad que selecciona a sus proveedores

de bienes y servicios de acuerdo a sus preferencias y a los valores con los que suelen identificarse o por las buenas prácticas que estas realizan, un escenario cada vez más demandante es hallar empresas socialmente responsables, a raíz de ello además son muchos los países que vienen legislando en materia de RSE orientado al compromiso y participación del sector empresarial. A nivel mundial se ha llevado a cabo conferencias, pactos, protocolos, que buscan la participación de todos los países y los gremios empresariales para reducir la contaminación de los gases de efecto invernadero con consecuencia en el calentamiento global, y para ello no hay tamaño, pues sea grande mediana, pequeña o micro empresa todas juegan un papel importante para la conservación de nuestro planeta, pues con nuestras acciones, decisiones tomadas o dejadas de tomar contribuimos con la depredación de los recursos naturales, contribuimos con el desorden, la mendicidad, la informalidad, buscamos mayor rentabilidad sin pensar en las consecuencias de nuestras acciones, exigimos apoyo del gobierno y no queremos pagar impuestos, exigimos más áreas verdes a las autoridades y cuando las tenemos no la cuidamos, solicitamos mejoras en el sistema de transporte público pero seguimos utilizando el vehículo para recorrer cortas distancias pudiendo ir a pie o en medios de transporte alternativos como la bicicleta, en fin son tantos malos hábitos adquiridos a lo largo de nuestra vida que son estos malos hábitos los que trasladamos a la empresa, y esperamos que otros den solución a los problemas que nosotros generamos. Es hora de dar el primer paso para lograr el cambio que toda sociedad ordenada y resiliente exige y que además necesita para el desarrollo y sostenibilidad económica, social, educativa y cultural. En relación a lo antes mencionado con el propósito de realizar el marco teórico revisaremos algunas definiciones y conceptos tomados para la fundamentación de la investigación, para la

revisión de la literatura en este capítulo tomaremos dos variables intervinientes en esta investigación, las cuales son: responsabilidad social empresarial y sostenibilidad de los emprendimientos, adicionalmente abordaremos las bases teóricas sobre las Mypes, y los consultorios odontológicos materia de la presente investigación:

## **2.2.1 Responsabilidad social empresarial**

### **a) Teorías de la responsabilidad social empresarial**

Schwalb (2006) afirma:

la responsabilidad social es una filosofía, una actitud o forma de ver la vida, que implica el tomar en cuenta el efecto de nuestras acciones y decisiones sobre el entorno físico y social. La responsabilidad social empresarial (RSE) no es más que la extensión de la responsabilidad individual que tiene todo ciudadano hacia su entorno físico y social, esto es lo que se ha venido a llamar ciudadanía corporativa, el concepto de ciudadanía corporativa implica que la empresa, al igual que el ciudadano, tiene deberes y derechos para con la sociedad y los debe cumplir y respetar. (p.103)

Así mismo recoge la definición de Benavides M. y Gastelumendi G. Para decirnos que la RSE implica que las empresas desarrollen una visión de futuro en donde se halle un triple beneficio; mejora del entorno inmediato (trabajadores y proveedores), rentabilidad para la empresa (economía) y beneficios para la sociedad.

Por otro lado, Carroll (1991) plantea cuatro clases de responsabilidades sociales presentadas como una pirámide, donde la base que soporta a las otras tres clases es la dimensión económica, seguida de la dimensión legal, ética y filantrópica.

**Dimensión económica**, entendidas como la producción de bienes y servicios que los consumidores requieren, y en contra prestación la empresa debe obtener una ganancia mínima aceptable.

**Dimensión Legal**, las empresas mínimamente deben cumplir con la ley y regulaciones estatales.

**Dimensión ética**, señala sobre el deber de actuar correctamente de manera justa y razonable, mitigando los daños a los grupos de interés.

**Dimensión filantrópica**, acciones respecto a las necesidades de la comunidad de cara a obtener una mejor calidad de vida. (citado por Schwalb, 2006, p.111)

Para Freeman (1984) señala que:

La responsabilidad social es una teoría de administración organizativa y empresarial, que enfatiza la moral y los valores en las gestiones de una organización. Así mismo señala que la RSE es cualquier grupo o individuo que pueda afectar o se vea afectado por el logro de los objetivos de la empresa.

Mientras que Caravedo (1996) nos dice que:

la RSE, es una visión y filosofía empresarial y que esta puede y debe jugar un rol más allá de hacer utilidades o ganancias. Es también una consciencia de que lo que las empresas producen tienen impactos directos o indirectos dentro y fuera de la compañía. (citado por Schwalb, 2006, p.113)

En esa línea Freyre (2005) nos empieza a hablar de quienes serían los afectados o beneficiados de nuestras acciones, la responsabilidad social empresarial, como concepto está asociado a la responsabilidad que toma la empresa por los efectos que sus acciones tienen sobre los *stakeholders*, actores sociales involucrados directa o indirectamente en la ejecución de sus actividades. Estos actores están conformados principalmente por el gobierno, los accionistas, los clientes, los proveedores, los trabajadores, el ambiente y la comunidad en su conjunto. En ese sentido,

Freyre (2005) señala que:

la RSE se inserta dentro de una nueva concepción empresarial, según la empresa no está diseñada únicamente con fines lucrativos, sino con el objetivo de cubrir necesidades de la sociedad, por tal motivo exige la integración de las preocupaciones sociales y medioambientales en las operaciones comerciales de la empresa, con el fin de generar un entorno favorable para su propio desarrollo. Este concepto aborda entonces la conciencia de que el resultado de lo que las empresas hacen o dejan de hacer tiene impactos directos e indirectos dentro y fuera de la compañía, por lo que su acción se convierte en una razón estratégica. (p. 21).

Por otro lado, Navarro (2016) nos dice que: la responsabilidad social empresarial son las “situaciones donde la empresa se compromete y cumple con acciones que favorecen el bien social, más allá de los intereses de la empresa y por sobre lo que se espera como cumplimiento de la Ley” (p.10). Esta definición juega un papel importante porque la RSE más que una obligación debe ser una iniciativa como valor intrínseco de la organización.

Para **Medina (s.f.)** la RSE “debe ser parte de la esencia de la empresa, ser parte de los valores propios como misión y visión, implicando un cambio integral y voluntario, permitiendo la participación activa de los grupos que componen el *stakeholder* de la organización” (citado por Barroso 2008).

En otra investigación Dahlsrud (2008) define a la RSE como “el conjunto de políticas que las empresas emprenden de forma voluntaria con el objeto de contribuir de manera apropiada con el desarrollo y conservación del ambiente, manteniendo las buenas relaciones con los grupos *de interés*” (citado por Lalangui, Espinoza y Pérez 2017).

#### **b) Características de la responsabilidad social empresarial:**

Para De la Cruz (2013), la RSE tiene las siguientes características:

- a. **Compromiso empresarial**, operar de manera tal que sus acciones agreguen valor a la sociedad.

- b. **Decisión voluntaria**, a pesar de que existen normativas que regulan ciertos comportamientos hoy en día asumir un compromiso social responsable de manera voluntaria es una buena elección, algunos estudios señalan que lo voluntario muchas veces es más sostenible que lo obligado a hacer.
- c. **Beneficio para los grupos de interés y la comunidad**, los colaboradores, proveedores, clientes, accionistas, la comunidad, el mismo Estado deben favorecerse con el buen accionar de las empresas.
- d. **Conducta y códigos de éticas**, es trascendental las expectativas de la sociedad y de las mismas empresas el contar con valores, principios éticos que orienten las actividades empresariales.
- e. **Desempeño ambiental**, definitivamente este elemento es muy importante para la empresa, en ese sentido las empresas deben alinear sus normativas y actividades en torno al marco legal ambiental que emiten los diferentes estamentos del Estado.
- f. **Adaptabilidad**, la RSE debe adaptarse a la realidad del entorno en el que opera la empresa, no solo buscando un crecimiento en la rentabilidad o posicionamiento de marca.

La responsabilidad social empresarial es un estándar, un valor, una característica diferencial que hoy en día casi todo consumidor responsable busca y el no ser responsable empresarialmente podría considerarse como un gran riesgo para la sostenibilidad de la empresa.

**c) Tipos de la responsabilidad Social:**

Según la (fundación Oxfam Intermón s.f), organización dedicada a la implementación de buenas prácticas en responsabilidad social y autora de varios artículos sobre desarrollo sostenible, señala que la RSE tiene tres tipos:

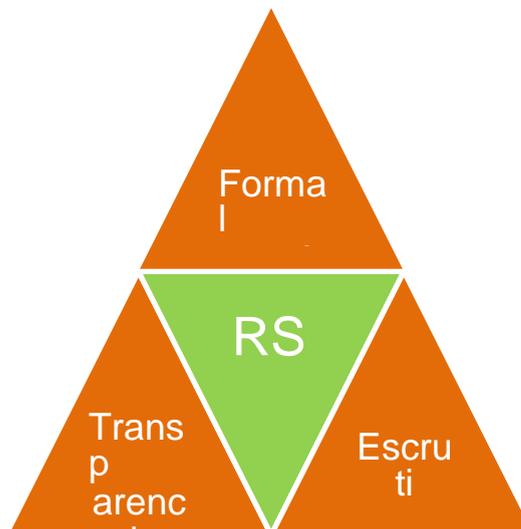
- a. **Responsabilidad social individual**, todo ciudadano, miembro de una familia, comunidad, organización tiene responsabilidad sobre sus actos más aun cuando estos pueden tener algún impacto sobre los demás. En ese sentido no debemos esperar ser parte de una gran organización con un área de responsabilidad social donde nos sintamos parte de este cambio, se puede ser responsable socialmente desde nuestra cotidianeidad, en el día a día y con nuestras acciones estamos llamados a ser responsables ante la sociedad.
- b. **Responsabilidad social empresarial**, el resultado de las actividades de producción, transformación y comercialización de bienes y servicios tiene un efecto importante y de mayor impacto que las acciones individuales sobre la sociedad y los recursos naturales que sustentan la vida en nuestro planeta, las empresas no pueden actuar de espaldas a su grupo de interés, o de manera desinteresada alejada del respeto de los derechos fundamentales de las personas, actuando con discriminación, en contra de las poblaciones más vulnerables o en contra del ambiente. Por ello la importancia de que el Estado se encargue de la fiscalización del accionar de las empresas.
- c. **Responsabilidad social pública o gubernamental**, podría decirse que el Estado o los gobiernos no hacen responsabilidad social, o que el objetivo de todo gobierno es la sociedad, sin embargo, recae en ella la elaboración, publicación e implementación de normativas legales que orienten el camino hacia la responsabilidad social de las empresas, empero, la responsabilidad

social del Estado no es solo para con la sociedad en general sino también para con los trabajadores del mismo Estado, pues se espera una congruencia entre lo que se exige al gremio empresarial y lo que se practica en las instituciones públicas,

#### d) Componentes esenciales de la responsabilidad social empresarial

La fundación Ecológica y Desarrollo (Ecodes) de España señala, que la RSE comprende tres temas fundamentales: a) la formalización de las políticas respecto de los *stakeholders*, b) la transparencia informativa y c) el escrutinio:

#### Vértices de la Responsabilidad Social Empresarial



Fuente: Anuario sobre responsabilidad social corporativa en España (2003), citado por Schwalb (2006) p. 106.

- a. **La formalización de las políticas RSE**, respecto a los grupos de interés, en este sentido Ecodes, manifiesta la importancia de la formalización de políticas entre la empresa aplicadas en las relaciones con los elementos de los *stakeholders*, en el marco de las normativas legales vigentes, tanto nacionales como internacionales.

- b. ***La transparencia informativa***, es importante dar a conocer a los grupos de interés la relevancia que tienen como efecto las políticas y sistemas de gestión sobre cada integrante de los grupos de interés.
- c. ***El escrutinio***, como tercer elemento propuesto por Ecodes, el escrutinio debe medir los resultados aplicados en tres áreas a) económico, b) social y c) ambiental.
- e) **Factores que influyen en la implementación de la RSE en las Mypes**

La preocupación por el cuidado del ambiente y los recursos naturales son cada vez una exigencia de la sociedad, y las Mypes son las llamadas a dar el ejemplo de que se puede emprender y ser responsable a la vez.

Para De la Cruz (2013), los factores que influyen son las inquietudes y expectativas de la misma ciudadanía, consumidores, inversionistas en un mercado cada vez más globalizado. Los criterios sociales son tomados en cuenta cada vez más por los inversionistas, instituciones y consumidores.

Los daños al medio ambiente provocados por los sectores económicos industriales, hoy en día se muestran como una preocupación inherente a la toma de decisiones empresariales.

La información hoy en día es difícil de ocultar, pues los medios de prensa (televisión, radial y escrita), como las redes sociales nos permiten conocer las consecuencias del mal accionar de algunas empresas, manteniendo siempre una vigilancia activa para señalar allí donde se comenten malas prácticas en responsabilidad social.

**f) Líneas de acción/grupos de interés para la RSE:**

Para Barrantes y Oliver (2015) nos dicen que: “es importante que todas las empresas tomen conciencia de que sus acciones van a tener repercusiones positivas o negativas en distintos grupos” (p.182). Además, el autor cita en el artículo al gerente general de la organización Perú 2021 quien señala que el grupo más importante en la empresa son los accionistas porque son ellos los que toman las decisiones, pues si los resultados son favorables para los accionistas ellos podrán seguir invirtiendo. Ahora bien, si le preguntamos a los trabajadores seguramente ellos dirán que nosotros pues sin nosotros no producimos o no vendemos la empresa no camina, y si le preguntamos a los clientes seguramente dirán que ellos porque sin clientes no hay ingresos y sin ello no hay rentabilidad o ganancia. Como vemos si le preguntamos a cada uno de los grupos todos manifestarán su opinión de acuerdo a sus creencias, experiencias, suposiciones o intereses, sin embargo, es importante reconocer que para que exista una empresa, sin los accionistas la empresa no existiría, pero desde su puesta en marcha, todos y cada uno de los componentes son importantes y relevantes, pues estoy seguro que uno depende del otro y el éxito de uno beneficiará al otro.

En esa misma línea Carrión (2007) nos dice que: “el principal grupo de interés o el más importante son los accionistas” (p.49). Sin embargo, debemos entender que esto ya no es y no debe ser así, una empresa que pretenda ser sostenible debe mirar a su alrededor y saber identificar a sus grupos de interés, pero no siempre es fácil o rápido identificar a estos grupos, ya que usualmente nos enfocamos en identificar a los grupos formales, pero también existen los informales y se debe analizar su poder e importancia, entre ellos podemos hallar a la competencia, proveedores, etc.

Pero no solo debemos mirar alrededor nuestro, debemos pensar que las acciones, beneficios o resultado de nuestras decisiones también pueden traspasar las fronteras de nuestra localidad, ciudad o país, en ese sentido Saavedra (2010), se hace la siguiente pregunta, ¿Ante quién es responsable la empresa?, la base teórica de los *stakeholders* inicia de la creencia en el reparto del poder en las organizaciones, y en el reconocimiento del papel desempeñado por cada uno de los grupos que la conforman, tanto desde una perspectiva interna como externa. Porque no solo se debe considerar a los directivos, dueños y empleados, sino también a los clientes, competidores, proveedores, comunidad nacional e internacional, el propio Estado, entre otros. En ese sentido Freeman (1984) nos dice que: “el enfoque *stakeholders management* supone destinar recursos de la organización de tal forma que se tenga en cuenta el impacto de esta asignación en varios grupos dentro y fuera de la organización” (citado por Davis 1998). Los *stakeholders* pueden clasificarse en dos; los primarios (dueños, socios, financistas) y los secundarios (trabajadores, proveedores, entre otros).

Para Schwalb (2006), cuando nos habla de grupos de interés los denomina como parte de una teoría, coincidiendo con Freeman (1984), pues esta teoría considera que existen distintos grupos de personas que podrían verse afectadas de manera distinta, cada grupo de acuerdo a sus propias necesidades, por las acciones y decisiones tomadas por las empresas, esto implica la existencia de exigencias sociales y que las empresas deben atender con acciones de responsabilidad social. Mediante la identificación de los grupos de interés la empresa puede ponerles “nombres y rostros” a cada miembro de la sociedad que son de prioridad para ella. Para la autora de este libro, los grupos de interés se dividen en cinco, independientemente del tipo, o tamaño de empresa: **a)**

propietarios, **b)** empleados, **c)** clientes (incluye proveedores), **d)** comunidades locales (incluye gobierno) y **e)** sociedad en general (incluye ambiente), (pp.104-105).

Una consideración interesante la que nos presenta Fernández-Fernández y Bajo (2012), cuando nos dicen que existen grupos de interés con algún efecto sobre la empresa tales como; **a)** *stakeholders* con legitimidad, pero sin urgencias, **b)** *stakeholders* con legitimidad y urgencia, pero carecen de poder, **c)** *stakeholders* con poder y urgencias, pero sin legitimidad para hacer valer sus acciones y finalmente el grupo de **d)** *stakeholders* que cuentan con estas tres capacidades, urgencia, poder y legalidad. Así mismo mencionan a aquellos grupos que solo pueden ofrecer uno de estos tres elementos por ejemplo tendríamos a: **f)** los que tienen poder, pero no tienen ni legitimidad ni urgencia, **g)** los grupos que tienen legitimidad, pero no tienen poder ni urgencia y finalmente, **h)** los grupos que tienen urgencia, pero no cuentan con legitimidad y poder.

Seguidamente, Freeman (1984) talvez el más reconocido autor en temas de responsabilidad social empresarial por el libro la teoría de los *stakeholders* nos dice: “Los *Stakeholder* son los grupos de interés o miembros que participan de manera directa o indirecta en el funcionamiento de una empresa que pueden ser afectados por el alcance o no de los objetivos empresariales”. (citado por Fernández-Fernández y Bajo 2012, p.134).

### **g) La Responsabilidad social como herramienta para la creación de valor empresarial en los grupos de interés**

La economía tradicional, buscaba la obtención de valor y rentabilidad y como beneficiario más importante al accionista o dueños, pero en la actualidad la demanda

por empresas socialmente responsables implica pensar también en los grupos de interés con los que interrelaciona la empresa, y por lo tanto la creación de valor es una actividad que debiera llegar también para ellos.

Por lo tanto, las empresas al generar valor en los grupos de interés están creando beneficios para las mismas empresas revirtiendo también ingresos económicos para los accionistas, dueños, pero sobre todo también para los trabajadores y proveedores, mejorando las condiciones laborales y las relaciones con los proveedores.

A continuación, se muestra como las decisiones empresariales pueden o no generar valor para la empresa tomando en cuenta solo seis elementos del grupo de interés con el que se relaciona la empresa:

Grupo de interés	Expectativas del grupo	Decisión empresarial	Percepción	Resultado	Creación de valor vs. Pérdida de valor
Personal trabajador	Desarrollo profesional	No reconocer méritos profesionales	Imposibilidad de desarrollo	Pérdida del trabajador y aumento de los costos al contratar uno nuevo	Pérdida de valor
	Desarrollo personal	Promover medidas de conciliación	Incremento de la calidad de vida	Retención del talento	Creación de valor
Cientela	Calidad	No controlar el grado de satisfacción	Servicio post venta inadecuado	Pérdida de cliente	Pérdida de valor
Proveedores	Seriedad y equilibrio	Alargamiento sin justificación de los pagos	Pérdida de confianza	Incremento de precio y menor compromiso con el cliente	Pérdida de valor
Asociación empresarial	Creación de redes de negocios	Intercambio de ideas y experiencias	Potencial socio para actividades de cooperación empresarial	Participación en proyecto e iniciativas con otras empresas	Creación de valor

Sociedad, comunidad	Colaboración en acciones sociales	Prácticas inadecuadas con los empleados, proveedores u otros	Carencia de valores y ética profesional	Pérdida de reputación corporativa	Pérdida de valor
---------------------	-----------------------------------	--	---	-----------------------------------	------------------

Fuente: Asociación empresa mujer, ministerio de Industria, turismo y comercio, gobierno de España, la responsabilidad social en las Pymes, guía de buenas prácticas (2009 p.14)

Los diferentes grupos de interés dependiendo del rubro o actividades tendrán objetivos diferentes y podrán ser influenciadas de manera diferente por las decisiones de la empresa principal, sin embargo, todas tienen en común las expectativas de seguir creciendo, generando valor y rentabilidad.

#### **h) Alianzas estratégicas para realizar responsabilidad social empresarial:**

Pretender sentirse único o solo en el mercado respecto a otras empresas o a competidores es una idea que no creo que haya pasado por la mente de los emprendedores, y así como se hacen estudios para analizar a la competencia o cual es el entorno donde se ubicará la empresa, es importante también hacer un estudio para saber con qué empresas puede uno aliarse para diferentes actividades, en ese sentido,

Schwalb (2006) nos dice que:

Formar una alianza con otros actores importantes de su entorno tales como; la comunidad representada por un grupo de dirigentes, otras empresas, asociaciones sin fines de lucro o con el mismo Estado, vienen siendo iniciativas estratégicas que no solo ayudaran en el posicionamiento de la empresa, sino que se podrían reducir los costos al compartirlos, refuerza el compromiso de los empleados y descubre nuevas oportunidades comerciales. (p.222)

Además, existen muchos beneficios a los que podría acceder una Mype al hallar al actor indicado para formar una alianza estratégica, mencionaremos entonces algunos

beneficios de las alianzas entre una Mype y una organización sin fines de lucro (OSFL):

<b><u>Para la empresa</u></b>	<b><u>Para la OSFL</u></b>
Mejora la imagen	Acceso a otras organizaciones
Fortalecimiento de ánimo de los empleados	Ampliación de la perspectiva y enriquecimiento del enfoque
Atracción de mejores nuevos empleados	Mejora de las habilidades de dirección, sistema organizacionales y marketing
Mayor retención del personal	Mayor exposición del nombre y de la causa
Mejora la integración entre las diferentes partes de la compañía	Aumento de los fondos
Desarrollo de habilidades	Mayor estabilidad y sostenibilidad de la OSFL.
Renovación y aumento de la cartera de productos	
Refuerzo de la aprobación de los consumidores	
Aumento de la participación en el mercado	
Enriquecimiento de los valores y la cultura organizacional	

Fuente: Schwalb M. (2006 p.222)

Observamos entonces beneficios interesantes para una y otra parte, para ello debemos evaluar minuciosamente a la organización con la que pretendemos aliarnos, el siguiente autor nos nos dice que,

Austin (2003) señala:

El primer paso en el análisis de entre todas las opciones es hacerse las siguientes preguntas; ¿en qué clase de colaboración estarán participando?, averiguar ¿en qué tipo de actividades están o han estado comprometidas las OSFL o corporación?, ¿cuáles son las finalidades y objetivos de los aportes o colaboraciones?, ¿cuál es grado de importancia e impacto de los aportes de la empresa?, ¿cuál es el tamaño y alcance de la OSFL u organización?, ¿cuál será el tiempo de las relaciones interinstitucionales?. (citado por Schwalb, 2006, p.224).

Finalmente, Altamirano (2013) recomienda de experiencias halladas en otras instituciones a nivel internacional algunas alternativas para que las Mypes puedan

concientizar e implementar las buenas prácticas en responsabilidad social empresarial desde un enfoque colaborativo;

- ✚ Usar el talento humano de la empresa, así como los recursos materiales con eficiencia y eficacia para maximizar la rentabilidad en el marco de respeto de los derechos fundamentales de la persona y de la ética personal.
- ✚ Definición e implementación de normas, valores y políticas internas relacionadas con la misión y visión empresarial.
- ✚ Realizar inversiones con carácter de responsabilidad con el grupo de interés, siendo consciente que ese acto tenga efectos favorables hacia la sociedad y el ambiente.
- ✚ Acogiendo la normativa legal e iniciativas que provengan desde el Estado.
- ✚ Participar de las actividades que realiza la comunidad y su entorno más próximo.
- ✚ Aumento en la generación de empleo con enfoque inclusivo pensando en los más vulnerables en el marco de la legislación laboral.
- ✚ Adaptación e implementación de nuevas tecnologías que permitan el mejoramiento de los procesos y la productividad.
- ✚ Utilización adecuada de los recursos naturales no renovables.

**i) Sistemas de gestión de la responsabilidad social empresarial:**

Para aquellas empresas que requieran implementar algunas normas sobre RSE existen varias alternativas por su puesto de carácter voluntario, estas reglas permiten a través de la aplicación de indicadores, gestionar la implementación de prácticas socialmente responsables, transparentes, así mismo estas normas nos brindan una visión más clara

de lo que es el desarrollo sostenible, enfocándose en la persona como eje principal para la generación de cambios en la empresa. En ese sentido se busca que los cambios personales con responsabilidad social se alineen con los objetivos de las organizaciones.

Mencionaremos las normas más utilizadas para la implementación de un sistema de RSE consideradas por: Duque, Cardona y Rendón (2013).

<b><u>Nombre</u></b>	<b><u>Propósito</u></b>
<b><i>ISO 2600 Conocida como Norma Guía</i></b>	Proporcionar orientación a las organizaciones sobre responsabilidad social, recomendable también para la gestión pública. (ISO 26000:2010 P.1)
<b><i>Norma de aseguramiento AA 1000</i></b>	Evaluar y fortalecer la calidad de los informes de sostenibilidad de las organizaciones y sus procesos. (AA 1000, 2003 p.5)
<b><i>Indicadores sociales de AECA</i></b>	Desarrollo científico de la RSE, Implementación de la RSE, difusión de las técnicas de dirección y gestión centradas en la RSE, promoción de las colaboraciones entre instituciones y personas interesadas. (AECA 2003, p. 1)
<b><i>Global Reporting Initiative (GRI)</i></b>	Establecimiento de indicadores caracterizados en aspectos económicos, sociales y ambientales. (GRI, s.f)
<b><i>Sistema de Gestión Ética y Socialmente Responsable, SGE 21: 2008,</i></b>	Centrada en el cumplimiento de la normativa, política de gestión ética y responsabilidad social, códigos de conducta, revisiones para la mejora continua, informes de responsabilidad social y comunicacional (INGECAL, 2011).

<i>Indicadores ETHOS de RSE</i>	Permiten evaluar el grado de desarrollo de las estrategias, políticas y prácticas en los ámbitos de la RSE, abarcando desde una perspectiva integral. Considera algunas dimensiones. (Ethos: 2005)
<i>Norma SA 8000</i>	Involucra activamente a la alta dirección, incluyendo los aspectos de la RSE dentro de las políticas de la empresa. Requiere del ISO 9001, (Aguero:2011).
<i>Guía del pacto mundial</i>	Integración de los cambios necesarios en las operaciones, de manera tal que el pacto mundial se integre en todos los estamentos de la empresa. Considera 4 elementos importantes como: derechos humanos, condiciones laborales, ambiente y anticorrupción. (pacto mundial:2013).

**Fuente:** Adaptado de la tabla 1: Estándares de la RSE y otros documentos Duque Y., Cardona M. y Rendón J. (2013, p.201)

#### **j) Importancia de la responsabilidad social empresarial**

En la literatura hallada encontraremos una lista interminable sobre la importancia de la responsabilidad social empresarial, sin embargo, para alinear el marco teórico con la línea de investigación mencionaremos algunos como:

Fernández (2018) en su investigación concluye que existe una relación significativa entre la responsabilidad social y la competitividad de las Mypes ubicadas en los distritos de Lima norte, en otra investigación Delgado (2016) señala “la responsabilidad social empresarial tiene una relación positiva y muy alta con la imagen de las Mypes en estudio” (p.75). Otra investigación hecha por Gómez (2014) nos muestra en su trabajo que cerca del 40% de las empresas encuestadas que podrían implementar la responsabilidad social lograrían fortalecer las relaciones con los

clientes y también les ayudaría en alcanzar la sostenibilidad de la empresa, adicionalmente más de un 28% señala que podría lograr la continuidad de sus operaciones, más de un 27% está de acuerdo que tendrían mayor rentabilidad, mientras que cerca al 4% sostienen que mejoraría su reputación. Adicionalmente Aristimuñi, Velásquez y Rodríguez (s.f), señalan “que la responsabilidad social es importante cuando se asume como un factor estratégico para el desarrollo, consolidación y sobre todo para la competitividad de la Mype”.

Un estudio financiado por la Comisión Europea para la promoción de la RSE en la Mypes, (*Mainstreaming Corporate Social Responsibility (CSR) among SMEs*) y elaborado por el Instituto Austriaco para la investigación de las Micro y Pequeñas Empresas, señala la importancia de la RSE en las Mypes y cómo estas pueden generar resultados positivos, tales como:

- ✓ Mejora los productos y procesos de producción
- ✓ Mayor satisfacción y lealtad de los clientes
- ✓ Mayor satisfacción y fidelidad de los trabajadores
- ✓ Mayor creatividad e innovación
- ✓ Mejor imagen pública
- ✓ Mejor posición en el mercado laboral
- ✓ Mejor interrelación con otros socios empresariales y autoridades
- ✓ Mejor acceso a las ayudas públicas
- ✓ Mayor eficiencia en el uso de los recursos humanos y productivos
- ✓ Ahorro en costos e incremento de las ventas, finalmente como consecuencia de todo lo anterior se verá un incremento significativo en la rentabilidad de la Mypes.

Observamos pues que existe una relación importante entre la responsabilidad social empresarial con el crecimiento y fortalecimiento de las Mypes,

Cuando hablamos de RSE, necesariamente debemos referirnos hacia donde se direcciona la RSE, en consecuencia, debemos conocer cuáles son los componentes que integran nuestro grupo de interés o de relación con los ya conocidos *stakeholders*, componentes fundamentales para el desarrollo y sostenibilidad de la empresa.

Finalmente, para Vives (2011) tiene una reflexión interesante sobre, cuál es la responsabilidad de la empresa, que no es igual a decir ser socialmente responsable, muchos coincidiríamos en identificar cuáles son las responsabilidades de la empresa y talvez concordaríamos en las responsabilidades siguientes:

- ✓ **Ser rentables**, pues sin rentabilidad no hay dinero para cumplir con los gastos y responsabilidades con los *stakeholders*.
- ✓ **Producir bienes y servicios que la sociedad necesita**, pero hablamos de productos que satisfagan verdaderamente la necesidad del cliente tomando en cuenta el no generar daños al ambiente ni a terceros, no solo pensando en que podemos vender sino saber escuchar a los clientes, comprando y vendiendo a precio justo.
- ✓ **Crear empleos**, en efecto generar empleos, pero empleos de calidad que beneficie inicialmente a los ciudadanos que residen en la comunidad, tomando en cuenta la posibilidad de contratar a algunas personas en situación de vulnerabilidad como personas con habilidades diferentes (siempre y cuando las operaciones de la empresa lo permitan).
- ✓ **Cumplir con las leyes**, por supuesto que es importante acogerse a las normativas, locales regionales y nacionales, pero que sucedería si estas leyes fuesen injustas para nuestro punto de vista, ¿aun así las cumpliríamos? Desde

allí vamos viendo que tan difícil puede resultar ser responsable con las obligaciones.

- ✓ **Pagar impuesto**, cumplir con esto no es ser responsable solamente esto es un deber, y se debe hacer sin pretender caer en la corrupción.
- ✓ **No hacer daño**, no es suficiente, que pasaría mejor si empezamos a hacer el bien.

A la luz de lo descrito, debemos formularnos la siguiente interrogante: las empresa que cumplan con estos puntos son responsables socialmente?, tal vez ahora diríamos que no, pues la RSE es una actitud voluntaria que va más allá de los deberes a cumplir, sin embargo, es importante reconocer que para ser socialmente responsables primero debemos cumplir los deberes que el Estado y los mismos grupos de interés nos exigen, a partir de ello debemos gestionar una manera diferente de hacer negocios tomando en cuenta las consecuencias de nuestros actos y decisiones. Muchas empresas gastan dinero en la corrupción, en evadir responsabilidades contratando “profesionales”, “hermanitos” que les ayuden a resolver algún problemita, o a “mejorar” la imagen de la empresa, definitivamente para ser una empresa socialmente responsable hay que serlo y no parecerlo. La línea que separa lo obligatorio de lo voluntario, el cumplimiento de las obligaciones del comportamiento responsable voluntario, es una línea variable que depende de la empresa y de las circunstancias en que opera.

Finalmente, el autor señala que la línea que divide la responsabilidad de la filantropía es variable, dependerá siempre del momento y el contexto en que opera. Hay empresas que valiéndose de estas circunstancias colocan estas variables donde quieren y no donde deben, y pretenden hacer compensaciones por su falta de responsabilidad al caer en irresponsabilidades, tenemos por ejemplo empresas que no quieren ser responsables

pero hacen filantropía, operan de acuerdo a intereses particulares buscando cubrir sus deficiencias, por ejemplo dan donaciones a instituciones educativas pero las condiciones laborales de sus trabajadores son deplorables, financian o apoyan eventos deportivos pero sus operaciones contaminan el medio ambiente, apadrinan becarios para algunas universidades y por otro lado echan a los trabajadores y no cumplen con las obligaciones laborales, en fin la lista podría tomarnos varias hojas de este tipo de comportamiento. Ser responsable no es pecar y luego ir pidiendo perdón, finalmente la filantropía y la acción social pueden ser muy valiosas para la sociedad y para la empresa, pero deben hacerse además de las responsabilidades fundamentales, no en substitución de estas. (p.57-60).

## **2.2.2 Sostenibilidad empresarial**

### **a) Teorías de la sostenibilidad empresarial**

Una publicación de “Vizion” 360 (s.f), señala; que la sostenibilidad empresarial busca hallar un equilibrio entre lo económico, social y ambiental, se trata de comportamientos corporativos cuyo objetivo principal es hallar un equilibrio entre el generar rentabilidad y el uso adecuado de los recursos que necesita la empresa para su desarrollo regular, finalmente lo ideal es tener mejores condiciones económicas y sociales para todos los grupos de interés, de allí la importancia de considerar a una empresa sostenible cuando asegura la disponibilidad de los recursos para la generación presente y para las futuras. Debe quedar atrás aquella teoría donde se decía que el objetivo principal de una empresa es generar la mayor cantidad de riqueza sin que haya una preocupación por el entorno social y ambiental. En ese contexto para Giraldo (2016) afirma:

Giraldo (2016)

La definición y aplicación de sostenibilidad empresarial se relaciona con una serie de situaciones y eventos ocurridos a nivel internacional, conducidas por las instituciones internacionales con el fin de instaurar las bases legales para que las empresas acojan e implementen estrategias de mitigación de la contaminación ambiental con relación al calentamiento global, desde tratados internacionales hasta teorías administrativas todas intentan explicar y contextualizar el papel de la sostenibilidad en las organizaciones con el fin de que las empresas encuentren un conjunto de herramientas que les permita gestionar este tipo de estrategias alineando a cada uno de los actores al interior y exterior de la empresa con el fin de obtener resultados económicos, crecimiento y perdurabilidad en el tiempo. (p.22)

Si pretendemos, no solo crecer, sino incluso evolucionar, la globalización en ningún modo ha de ser simplemente económica o comercial. Si para un desarrollo sostenible, es necesario un desarrollo simultáneo de lo económico, social y ambiental, resulta obvio que la globalización debe asentarse sobre los mismos pilares, sin ellos la globalización resulta equivocada, incompleta y condenada al fracaso, con ellos se convierte en una globalización con desarrollo sostenible. (Doménech, 2007, p. 19).

Cuando hablamos de desarrollo sostenible empresarial, necesariamente debemos relacionar el concepto de desarrollo sostenible ambiental, pues las organizaciones desenvuelven sus operaciones y servicios en un escenario en común, en una comunidad que nos pertenece a todos y donde todos somos responsables por la continuidad y/o destrucción de nuestro habitat.

#### **b) Características de los emprendimientos sostenibles:**

Existen diferentes teorías y posturas respecto a las características de un emprendimiento sostenible, sin embargo, tomaremos en cuenta aquella propuesta más cercana a los intereses de la presente investigación. En ese sentido, Isenberg (2010) “Señala, que todo emprendimiento forma parte de un ecosistema y ese ecosistema está

conformado por las siguientes dimensiones: políticas, financiamiento, cultura, servicios, capital humano y mercado. (citado por Rivas y Gutiérrez 2016)

- ✚ **Políticas**, “el Estado a través de sus diferentes estamentos debería profundizar en la dación de normas que incentiven y promuevan los emprendimientos mediante beneficios en el fisco y otros aportes” (Auletta y Rivera, 2011, p.14).
- ✚ **Financiamiento**, “asegurar el acceso al financiamiento es un paso importante para lograr la sostenibilidad de las operaciones, existen varios planes o programas orientados al financiamiento de los emprendimientos o Mypes que se debe aprovechar” (Echavarría e Ingram, 2014, p.6).
- ✚ **Cultura**, “poseer una cultura orientada al emprendimiento es ya un valor agregado en las personas. El ecosistema debe estar orientado hacia las necesidades de un sector geográfico, hacia un tipo de consumidor identificando sus necesidades y estilos de consumo” (Soto – Rodríguez, 2014, p.32).
- ✚ **Servicios**, “incluyen los transportes, comunicaciones, y fuente de energía, también las zonas destinadas a los comercios como zonas francas, así como los servicios profesionales de apoyo con la normativa legal, laboral y la presencia de instituciones que fomenten el emprendimiento” (Auletta y Rivera, 2011, p.14).
- ✚ **Capital humano**, “las capacitaciones a los elementos del ecosistema que hacen parte de los emprendimientos en competencias específicas son piezas claves para la diferenciación” (Auletta y Rivera, 2011, p.14).
- ✚ **Mercado**, “refiérase a las redes de emprendedores tanto nacionales como internacionales, dispuestas a sumar para el fortalecimiento de las empresas” (Auletta y Rivera 2011, p.4).

Por otro lado, para Jones y James (1979), señalan que toda organización debe tener un propósito, valores, compartir unidades de aprendizaje y crecimiento para fortalecer los procesos administrativos y el talento humano de cara a aumentar la eficiencia de la organización.

Mientras que para Bernal, Pedraza y Sánchez (2015), uno de los mayores retos para la sostenibilidad de los emprendimientos es reunir un equipo de trabajo idóneo para la empresa, por ello señalan que muchos emprendimientos pueden entrar en crisis debido a la falta de reacción para adaptarse a los cambios que afectan a las empresas.

Adicionalmente “un factor importante para que las empresas alcancen sus objetivos es el factor tecnológico y financiero, trabajando en conjunto para el éxito de los emprendimientos” (Edvinsson y Malone, 2000).

Otra característica importante es “considerar al trabajador como un valor agregado para lograr un desarrollo integral en la búsqueda de la estabilidad que lleve hacia la sostenibilidad de los emprendimientos” (Chirinos y Pérez, 2016).

Finalmente, para Chirinos, Meriño y Martínez (2018) es importante direccionar el talento humano como capital hacia la productividad para el desarrollo y éxito de los emprendimientos sostenibles.

### **c) El emprendedor vs. Empresario:**

Para Bernilla (2020)

Un emprendedor es aquella persona que le gusta crear, desarrollar cosas nuevas, estar atento a las oportunidades y poder aprovecharlas para alcanzar los sueños. Un empresario es aquella persona que valiéndose del conocimiento y experiencia utiliza estas habilidades para hacer empresa persiguiendo una retribución económica. (p.12).

**d) Retos del emprendedor:**

Siguiendo la definición del emprendedor la revista *Harvar Bussines Review* clasifica en ocho las habilidades del líder emprendedor para aprovechar las oportunidades que se presenten:

- a. **Observar**, estar al tanto de la información que pueda solucionar un problema dentro de una empresa.
- b. **Razonar**, toda propuesta de solución o cambio debe ser analizado, comprendido y aceptado por todos para lograr la correcta aplicación de las propuestas.
- c. **Imaginar**, optimización de las prácticas para la creación de nuevos productos en la empresa.
- d. **Desafiar**, mantener un pensamiento crítico sobre los supuestos de la empresa, probando constantemente la validez y si se puede mejorar.
- e. **Decidir**, beneficiar a la organización a través de las decisiones bien analizadas.
- f. **Aprender**, aprender de los errores de otros evitará que se vuelvan a cometer, utilizando la información almacenada en la empresa.
- g. **Ponerse a disposición**, ser proactivo respecto a las habilidades acumuladas frente a las necesidades de otros.
- h. **Reflexión**, el análisis posterior de los resultados es importante de vista a lo que se viene más adelante. (citado por Bernilla, 2020, p.12).

### **e) Emprendimiento**

Hidrobo, Zapata, Vélez y Gonzales (2010) afirman que: “el emprendimiento es como una forma de pensar razonar y actuar orientada a la creación de riquezas centrada en las oportunidades”.

Druker (2011), señala: “que solo aquellos emprendedores que tengan la capacidad de entender que la responsabilidad social empresarial pasa por satisfacer de manera rentable las necesidades sociales de la población, son los que estarán en condiciones para progresar en los negocios” citado por (Chirinos, Meriño y Martínez 2018, p.49).

### **f) Tipos de emprendimientos**

Al respecto podemos hallar dos tipos de emprendimiento a) emprendimiento económico y b) emprendimiento social.

#### **a. Emprendimiento económico**

Según Jablonski (2016) señala que: “es la habilidad de mantener un igual o mejor desempeño en los modelos de negocios, administrando correctamente los recursos”.

Mathaisel (2015) nos dice que: “es la forma de organizarse empresarialmente para mantener un crecimiento constante sin la reducción de la calidad, sin la pérdida de los clientes, o sin realizar cambios importantes en los principios y valores de la empresa”.

Para Nielsen y Lund (2015) señala: “la importancia de la innovación, flexibilidad de la organización para potenciar el crecimiento económico”

#### **b. Emprendimiento social**

Para Cavazos y Giuliani (s.f.), señala: “los emprendimientos sociales están orientados a satisfacer necesidades o problemas sociales”.

Mientras que para André y Pache (2016) manifiestan: “el resultado del emprendimiento social maximiza sus efectos en la sociedad, teniendo como resultado un mayor alcance en los beneficiarios”.

### **g) Principios de desarrollo sostenible en los emprendimientos**

Para Doménech (2007) nos dice que: los principios que rigen el desarrollo sostenible de los emprendimientos son los siguientes:

- a. **Principio de sostenibilidad:** a raíz del informe de Brundtland, el desarrollo sostenible se define como el tipo de desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones actuales sin poner en peligro las posibilidades de desarrollo de las generaciones futuras.
- b. **Principio de equidad:** principio según el cual cada persona tiene derecho, aunque no la obligación a hacer uso de la misma cantidad de espacio ambiental (energía, materias primas no renovables, terreno agrícola, bosques, capacidad de absorción de CO<sub>2</sub>,) etc.
- c. **Principio de precaución:** según el cual se establece la conveniencia de tomar medidas antes de tener la seguridad de que se van a producir determinados efectos, debido a la gravedad y alta probabilidad de estos.
- d. **Principio de responsabilidad diferenciada:** principios según el cual las obligaciones que un país debe asumir se establecerán de acuerdo a su responsabilidad en el problema y su grado de desarrollo.

- e. **Principio de “quien contamina paga”:** según los causantes de perjuicios o de un atentado al medio ambiente deben responder económicamente de las medidas para su corrección. (p.28)

Vemos bien que estos principios de sostenibilidad ambiental se relacionan con las decisiones y responsabilidades de las organizaciones y de las Mypes, es por ello la importancia de adecuar las políticas de responsabilidad social empresarial a las políticas de sostenibilidad ambiental que emana de los gobiernos y de la propia sociedad.

#### **h) Claves para la sostenibilidad empresarial**

Ahora bien, según la revista *EAE Business School*, en un artículo sobre las claves para conseguir la sostenibilidad empresarial según el índice *Dow Jones*, señala que la sostenibilidad empresarial es un valor que en el actual contexto se puede medir gracias a diferentes herramientas, recursos o indicadores (...). La sostenibilidad empresarial es consecuencia directa de una buena gestión y de la alineación de factores externos e internos que intervienen en la actividad comercial de cada empresa. Cuando más voluble y disperso sea un modelo de negocio, menores serán las opciones de que dicha marca se posicione en el mercado en el que opera, y en consecuencia que resulte viable y sostenible en el tiempo, a continuación, algunas claves para la sostenibilidad empresarial:

- a. Unidad del negocio.
- b. **La empresa como parte de su entorno**, ninguna empresa puede pretender vivir en un asilamiento, todas se relacionan con su entorno y de allí la importancia de ser socialmente responsable y tener políticas en RSE bien

definidas. Pues la sostenibilidad de una empresa también puede medirse en función de que papel toma esta en el día a día; si tiene plena conciencia de lo que ocurre a su alrededor sabrá fácilmente detectar las necesidades de la sociedad, pero si no tiene, difícilmente podrá sentirse como una pieza más del entorno.

- c. Liderazgo de la dirección.
- d. Participación de todos los trabajadores.
- e. Control de flujo de caja.
- f. Estrategias comerciales locales.
- g. Plan de ahorro programado.

Como apreciamos desde el punto de vista del autor aun cuando les den un enfoque económico a las claves para la sostenibilidad, uno de los factores importantes es la empresa como parte de su entorno y para ello necesita conocer con quienes interactúa, conocer sus necesidades para convertirlas en potencialidades y que a su vez permita un mejor posicionamiento y sostenibilidad de la empresa.

Tras la revisión de la literatura podemos hallar coincidencias respecto a la responsabilidad social empresarial como un elemento importante en las estrategias para el posicionamiento de las empresas, sin embargo pensamos que ser socialmente responsable significa gastar más dinero del que muchas veces no se tiene, sin embargo, en parte de la literatura también se aprecia que muchos están de acuerdo que se debe contar con los medios económicos para hacer RSE, pero debe considerarse como una inversión y no como un gasto, finalmente la sostenibilidad del emprendimiento deberá darse en la medida que se tenga un respeto al entorno, un respeto y cuidado en las relaciones con los grupos de interés. Muchas veces la posición de los directivos para

hacer RSE pasa por los valores, creencias, estilos de vida o carácter con el cual se desenvuelven en su día a día, sin embargo, es posible trasladar estos valores a las empresas, conscientes que en la mayoría de veces los dueños son los que lideran una Mype, ha de ser más fácil tomar la decisión de implementar en la empresa buenas prácticas en responsabilidad social empresarial.

A propósito de ello, para

Cloud (2008) señala:

Siempre se ha escuchado que el carácter es importante. Deseaste ser integro (a) y encontrar integridad en las personas con las que trabajas. Has percibido sus efectos, has sufrido cuando no ha estado presente y te has beneficiado cuando sí. Sabes que existe. Sin embargo, a veces no conseguimos discernir la manera en que la integridad del carácter se manifiesta día a día ni en qué manera afecta los resultados en los aspectos de la vida que más nos importan. No creemos que el camino para mayores ganancias sea un cambio en nuestro propio carácter, y si lo creemos con frecuencia no tenemos idea de por dónde empezar. A veces no sabemos ni siquiera como hacer los cambios personales para que nuestras relaciones sean más fructíferas (p. 11)

Cloud (2008) señala, seis dimensiones del carácter para que los talentos y capacidades produzcan los resultados que consideramos deberíamos estar obteniendo y que a veces no es así. Estas dimensiones son las siguientes:

- ✓ Primera dimensión del carácter: Generar confianza (por medio de la relación)
- ✓ Segunda dimensión del carácter: Orientado hacia la verdad (al tanto de la realidad)
- ✓ Tercera dimensión del carácter: Obtención de resultados, (terminar bien)
- ✓ Cuarta dimensión del carácter: Aceptar lo negativo
- ✓ Quinta dimensión del carácter: Orientado hacia el crecimiento (mejorar todo el tiempo)
- ✓ Sexta dimensión del carácter: Orientado hacia la trascendencia (cuando eres más pequeño eres más grande) (pp.53-235).

Debemos entender que no se puede ser responsable ante la sociedad y no serlo con nuestros grupos de interés, es por ello que si hallamos a una persona íntegra liderando un negocio podemos visionar que será posible hallar una empresa íntegra, una empresa que socialmente sea responsable y no que solo lo parezca.

### **2.2.3 Micro y pequeña empresa**

#### **a) Definición**

**Mype**, unidad orgánica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización, de bienes o prestación de servicios. (SUNAT).

Para Bernilla (2020), una empresa puede ser definida como una entidad, que, operando en forma organizada, combina la técnica y los recursos para elaborar productos o prestar servicios, con el objeto de obtener ganancias a través de posicionamiento en el mercado. Así mismo sostiene una diferenciación en tres aspectos:

1. **Por su dimensión**, considera los montos de inversión, valor de la producción o el valor de la venta.
2. **Por la tecnología**, los niveles de tecnología aplicada, las inversiones en capacitaciones del trabajador relacionada con la tecnología.
3. **Por su organización**, considera niveles de organización básica inicial y negociaciones directas. (p.13)

## b) Características de las Mypes

De acuerdo a la Ley Mype, emitida por DS No 007-2008-TR, modificada por la Ley No 30056, los criterios para categorizar a las empresas son:

1. **Micro empresa.** Ventas anuales no mayores a 150 unidades impositivas tributarias – UIT.
2. **Pequeña empresa.** Ventas anuales superiores a 150 hasta 1700 Unidades impositivas tributarias.
3. **Mediana empresa.** Ventas anuales superiores a 1700 hasta 2300 Unidades impositivas tributarias.

Las Mypes suelen presentar algunas características comunes, por ejemplo:

1. **Administración independiente**, dirigida por los propios dueños.
2. **Poca participación en el mercado**, operaciones pequeñas cercanas al establecimiento.
3. **Poca especialización en el trabajo**, en lo productivo como en lo administrativo, el empresario suele hacer de todo.
4. **Actividad no intensiva en capital**, denominado también con predominio de mano de obra.
5. **Limitado financiamiento**, el capital suele ser conseguido y administrado por el propio dueño.
6. **Tecnologías**, tecnología básica suficiente para el bastecimiento del mercado al cual pertenecen. (Bernilla, 2020, p.14).

## **2.2.4 Consultorios odontológicos**

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), señala que existen muchas enfermedades bucodentales que afectan a la población de los países desarrollados y de gran manera a los países en vías de desarrollo, teniendo una relación con las enfermedades cardiovasculares, cáncer, enfermedades respiratorias entre otras.

Así mismo el Ministerio de Salud (MINSA), señala que la salud bucal en el Perú constituye un grave problema de salud pública, afectando a más del 90% de la población con mayor énfasis en las personas de escasos recursos económicos y entre ellos a la población de la tercera edad. En vista de ello el MINSA durante los años 2012 al 2016, impulso una campaña llamada “Vuelve a sonreír” dirigida a los adultos mayores y que tenía como propósito asignarles una prótesis dental removible para aquellas personas que carecían de piezas dentales en casi o la totalidad. Esta campaña generó una gran demanda del servicio de odontología y fomentó un crecimiento exponencial de los consultorios odontológicos en muchos distritos de Lima.

Un dato interesante de la OMS, señala que en los países desarrollados la relación de cirujanos dentistas debe ser de un odontólogo por cada tres mil ciudadanos, en países en vías de desarrollo como el Perú la relación debiera bajar a un odontólogo por cada dos mil ciudadanos, sin embargo, un estudio elaborado por el colegio de odontólogos del Perú señala que la necesidad actual bordea los 16 mil 200 odontólogos para todo el país, sin embargo, hay casi 45,000 odontólogos, evidenciando una sobre población y sobre oferta de esta especialidad médica, y una consecuencia de este fenómeno es la proliferación de la publicidad engañosa para captar nuevos clientes ofreciendo gratuidad y promociones en el marco de una competencia desleal entre los mismos

dentistas, utilizando materiales inadecuados en detrimento de la salud de los pacientes. El exceso de profesionales está muy demarcado en la ciudad de Lima y en las capitales de las regiones costeras del país, sin embargo, existe una carencia de odontólogos en las regiones de Cajamarca, Ucayali, San Martín, Huancavelica, Amazonas y Loreto.

En ese sentido en el año 2019 el colegio de odontólogos del Perú, presentó un proyecto de Ley al Congreso de la República, en el que se propone un plazo de moratoria por cinco años para que no se aperturen nuevas facultades de odontología en las universidades públicas como privadas, señaló el Dr. Vera Trujillo, Decano del Colegio de Odontólogos del Perú, (2019).

#### **a) Definición de Odontología**

Según Pérez (2009) “la odontología es la especialidad médica que se dedica al estudio de los dientes, encías y a los tratamientos que estos padezcan”.

De los servicios que se puedan acceder en un consultorio odontológico tenemos: a) diagnóstico, b) prevención, c) tratamiento y d) rehabilitación y dentro de las enfermedades más comunes que atienden los odontólogos tenemos:

**La caries**, que se inicia por la acumulación de bacterias y el mal cuidado de los dientes, como consecuencia y dependiendo de su gravedad puede llegar desde una simple curación hasta una exodoncia.

**La gingivitis**, producida por la inflamación y sangrado de las encías también producido por agentes bacteriales.

La tercera enfermedad más común es **la periodontitis**, que es la ruptura de los tejidos que une los dientes a la cavidad ósea.

#### **b) Oferta educativa profesional**

Al 28 de agosto del año 2019 (Minedu), registra 41 universidades que ofrecen la carrera de odontología, de las cuales 30 son universidades privadas y 11 públicas. En la actualidad existe una gran variedad de especialidades de la odontología, así tenemos:

1. Cirugía Bucal y Maxilofacial
2. Endodoncia
3. Estomatología de pacientes especiales
4. Medicina y patología estomatológica
5. Odontopediatra
6. Odontología restauradora y estética
7. Ortodoncia y ortopedia maxilar
8. Periodoncia e implantología
9. Radiología Bucal y Maxilofacial
10. Rehabilitación Oral
11. Salud Pública Estomatológica
12. Auditoría Odontológica
13. Odontología Forense
14. Administración y Gestión en Estomatología
15. Implantología Oral Integral.

#### **c) Características de un consultorio dental:**

El espacio recomendado para la implementación de un consultorio odontológico es variado dependiendo de cuantas unidades dentales se colocarían. Sin embargo, se estima que el espacio mínimo requerido está entre los catorce metros cuadrados. (Colegio Odontológico del Perú, [2018], p.44) en el cual se instalaría una unidad con el equipamiento básico indispensable en donde debieran trabajar un cirujano dentista y un (a) asistente dental.

Según un artículo publicado en la página web del Colegio Odontológico del Perú para la implementación de un consultorio dental, recomienda los siguientes materiales, equipamiento y mueblería básica:

**Insumos, materiales, equipo instrumental. Equipamiento de acuerdo a nivel y listado de equipos mínimos (MINSa, Perú)**

N°	Código	Denominación	Cantidad
1	M-17	Bandeja acrílica doble para escritorio	1
2	T-50	Computadora personal	1
3	M-114	Cubo metálico para desperdicios con pedal	1
4	D-39	Destartarizador ultrasónico	1
5	D-212	Esterilizador con generador eléctricos de vapor de 20 lt.	1
6	D-449	Lampara de foto curado	1
7	M-15	Papelera metálica de piso	1
8	E-159	Refrigerador de 4p3	1
9	I-25	Set instrumental de cirugía dental	1
10	I-26	Set instrumental para curaciones dentales	1
11	I-27	Set instrumental para diagnóstico odontológico	1
12	I-28	Set instrumental para endodoncia	1
13	I-29	Set instrumental para exodoncia	1
14	M-36	Silla metálica apilable	2
15	M-39	Silla giratoria	1
16	D-41	Unidad dental completa	1
17	D-414	Cámara intraoral	1
18	A-2 <sup>a</sup>	Lavamanos de cerámica o loza, grifería con cuello ganso y control de codo muñeca.	1
19	B-11	Lavadero de acero inoxidable con escurridor	1
20	X-1	Silla para escritorio rodable	1
21	X-2	Dispensador de papel toalla	1
22	X-3	Negatoscopio	1
23	X-6	Revelador portátil	1
24	X-7	Mueble alto, archivador documentario	1
25	X-8	Mueble de acero inoxidable para instrumental en parte baja, con vitrina superior para instrumentos esterilizados.	1
26	X-9	Equipo de rayos x empotrado en la pared, digitalizado	1

27	X-10	Monitor led de 21" incorporado en la unidad dental	1
28	X-11	Escritorio básico en "L" con espacio para equipo de computo	1
29	X-12	Dispensador de jabón líquido	1

Fuente: el ABC del consultorio odontológico (2018: p.44).

**d) Malas prácticas en el ejercicio de la profesión:**

Han sido muchos los casos que han tenido repercusión en los medios por malas prácticas odontológicas de algunos cirujanos dentistas, a pesar de ello se sigue incurriendo en algunas prácticas de publicidad engañosa para atraer a nuevos clientes tales como:

**Publicidad engañosa anti ética**, son los anuncios del ejercicio de la profesión que atentan contra la ética sugiriendo precios, canjes, gratuidad, ofertas de alguna índole, premios, etc. según el art. 89 del cód. ética odontológico. COP (s.f.)



Fuente: pág. Web Colegio Odontológico del Perú.



Fuente: Pág. Web del Colegio Odontológico del Perú



Fuente: pág. Web del Colegio Odontológico del Perú

De las **sanciones** al incumplimiento del código de ética del cirujano dentista el **artículo 96°** señala: es contrario a la ética el anuncio del ejercicio profesional indicándose precios, canje, gratuidad, concursos premios, sorteos, rifas, así como utilizar personas para captar clientes (jaladores), de manera que atenten contra el decoro de la profesión. La medida disciplinaria a esta infracción va desde una amonestación hasta la suspensión de la colegiatura por hasta dos años. COP (s.f.)

**Incumplimiento de los pagos a los proveedores**, como parte de la investigación hallamos una denuncia interpuesta ante el Colegio de Odontólogos del Perú, contra un

cirujano dentista el cual no cumplió con los pagos producto de los trabajos de prótesis dental solicitados a un laboratorio dental, entre los años 2015 y 2016, producto de este incumplimiento el Colegio Odontológico del Perú emite la resolución N° 042-2016-CAR-COP-RL en la cual declara fundada la denuncia e impone sanción de amonestación pública y el pago de hasta un 50% de una UIT al denunciado, también por ejercer la profesión sin estar habilitado por el COP.

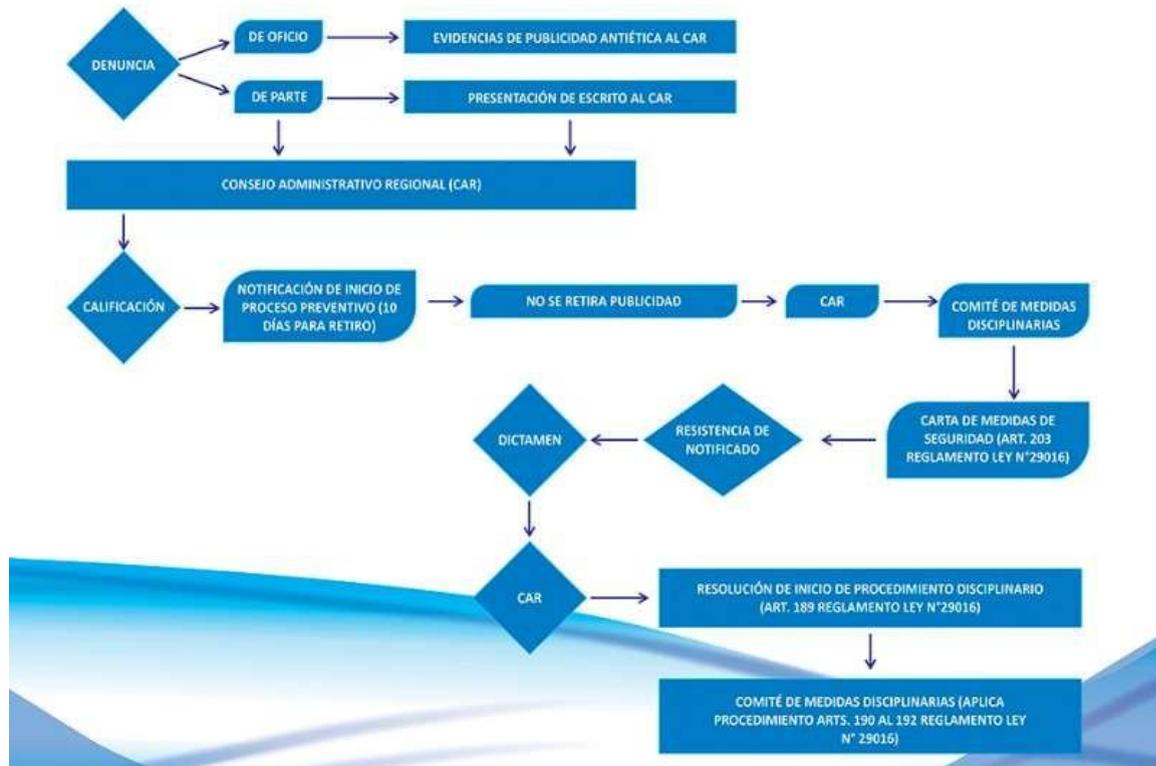
Documentación que sustenta el incumplimiento de los deberes de un cirujano dentista frente a los compromisos contraídos con un laboratorio dental.



Fuente: Investigación propia

Ante estas malas prácticas el Colegio Odontológico del Perú, pone a disposición de la ciudadanía los pasos a seguir para realizar las denuncias correspondientes:

## FLUJOGRAMA DE PROCEDIMIENTOS CONTRA LA PUBLICIDAD ANTIÉTICA



Fuente: pág. Web del Colegio Odontológico del Perú

### e) Atención al paciente odontológico en tiempos del COVID-19

Debido a la proliferación del COVID-19, muchas instituciones de salud han implementado protocolos de seguridad y bioseguridad para evitar la proliferación y contagio de esta enfermedad, el sector odontológico no podría estar ajeno a estas prácticas, teniendo en cuenta que la enfermedad inicia su contagio desde la emanación de fluidos y gérmenes procedentes de las vías respiratorias a través de la cavidad bucal y nasal, por ello es de vital importancia la implementación de protocolos de bioseguridad en el rubro.

En ese sentido muchos de los consultorios odontológicos han creído por conveniente restringir y limitar la atención a pacientes, recibiendo casos en su gran mayoría solo de emergencias y /o urgencias.

Mencionaremos como se define una emergencia y urgencia odontológica; las emergencias odontológicas son potencialmente mortales y requieren tratamiento inmediato para detener el sangrado tisular, aliviar el dolor intenso o la infección. Mientras que una urgencia odontológica se centra en el manejo de los signos y síntomas que requieren atención pronta para aliviar el dolor o riesgo de dolor. En ambos escenarios se debe hacer las intervenciones minimizando los tratamientos invasivos a fin de reducir las probabilidades de contagio.

A continuación, mediante un flujograma mostraremos los procesos recomendados por el ministerio de salud de Argentina, protocolo que deviene de la Organización Panamericana de la Salud y Organización Mundial de Salud, aplicables a la región, para la atención de pacientes durante la presente pandemia:

**FLUJOGRAMA en jurisdicción SIN apertura a la atención odontológica (sólo URGENCIA/EMERGENCIA y situaciones especiales)**



**FLUJOGRAMA en jurisdicción CON apertura a la atención odontológica**

Fuente: Ministerio de Salud, Argentina

### 2.3 Marco Teórico conceptual:

**Accionistas**, “personas que poseen una o varias acciones de una empresa, también suelen recibir el nombre de inversores”. (Pérez, Merino, 2009).

**Emprendimiento**, proyecto que se desarrolla con esfuerzo haciendo frente a diversas dificultades con la resolución de llegar a un determinado punto. Desde el punto de vista económico y empresarial puede ser definido como iniciativa de un individuo (emprendedor), quien asume los riesgos con el objetivo de aprovechar una oportunidad que favorece el mercado. (RAE).

**Engagement**, aprovechamiento de los miembros de la organización de sus propios roles en el trabajo, en el *engagement*, las personas utilizan y se expresan a sí mismas de manera física, cognitiva, emocional y mentalmente durante el desarrollo de sus roles. (Kahn, 1990).

**ISO**, “organización internacional para la estandarización, establece normas estandarizadas para implementar en los procesos de producción y control en las empresas”. (Bembibre, 2009).

**ISO 26000**, “es una guía que entrega orientaciones sobre responsabilidad social, generales y no específicas, a fin de respetar la cultura y legislación de cada país. Por tanto, no es una norma de sistema de gestión”. (Garrido, 2014).

**Odontología**, “especialidad médica que se dedica al estudio de los dientes, encías, y al tratamiento de sus dolencias, todo lo referente al aparato estomatológico”. (Pérez, 2009).

**Política empresarial**, “las políticas empresariales son consideradas también como principios que las empresas se comprometen a cumplir, siendo estas las reglas básicas sobre el comportamiento de la empresa y lo que se espera también de sus empleados”. (Vásquez, 2018).

**RSE**, “la responsabilidad social empresarial es el fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del ambiente”. (Garrido, 2014)

**Resiliencia empresarial**, es la capacidad que tiene la organización para recuperarse de los constantes cambios que sufre, y así poder identificar y medir los escenarios inestables de un sistema y convertirlas a su favor. Por lo tanto, busca aportar nuevas ideas para que el ecosistema empresarial conformado por la organización, las personas y las áreas que conforman la empresa puedan alcanzar los resultados esperados a pesar de la adversidad. (Hamel y Valikangas, 2003).

**Sostenibilidad**, Las empresas sostenibles se centran en el desarrollo de una fórmula de rentabilidad a escala humana, mediante la conexión con todos los grupos de interés (*stakeholders*) y el medio natural, operan en sintonía con el progreso social y en armonía con los límites planetarios, centrándose en retornos razonables y beneficios. (Bradley y Parrish, 2005).

**Stakeholder**, grupo de interés que interactúan o se relacionan entre sí para alcanzar objetivos similares o diferentes, pero en una relación de dependencia entre un miembro con el otro o con todos los integrantes del grupo, donde las acciones o decisiones de uno impacta directa o indirecta en los demás. (Freeman, 1984, p. 25).

**Unidad de negocios**, “unidad empresarial diseñada para fabricar y/o comercializar uno o más productos relacionados a mercados específicos que demandan una oferta de productos muy delimitados”. (Mejía, 2010).

### III. METODOLOGÍA:

#### 3.1. Diseño de la investigación:

La investigación se realizó mediante el método **cuantitativo**, pues permitió mediante la aplicación de un proceso sistemático, estructurar la investigación partiendo de la idea hasta la elaboración de los resultados obtenidos para el análisis posterior, teniendo en cuenta el uso de tablas y figuras.

**Cuantitativo**, cada paso precede al siguiente y no podemos eludir pasos, parte de una idea que se delimita y una vez acotada se generan objetivos y preguntas de investigación, se revisa la literatura y se construye un marco teórico, de las preguntas se definen las variables en estudio. (Hernández – Sampieri, 2018, p.6)

El nivel fue **descriptivo** por que la investigación permitió definir y medir las variables y sus características, así como el planteamiento del problema, hasta la identificación y descripción de los factores relevantes de la responsabilidad social empresarial en los emprendimientos en las Mypes, rubro consultorios odontológicos.

**Descriptivo**, especifica propiedades y características, de conceptos, fenómenos, variables o hechos, en un contexto determinado. (Hernández – Sampieri, 2018, p.105).

El diseño de la investigación fue **no experimental**, pues para la elaboración del análisis, conclusiones, recomendaciones y para

responder a las preguntas de la investigación, no se manipularon de manera deliberada ninguna de las variables.

**No experimental**, porque no se genera ninguna situación, sino que se observan situaciones ya existentes, no provocadas o manipuladas intencionalmente en la investigación por quien la realiza. (Hernández – Sampieri, 2018, p. 174).

Además, el diseño de la investigación fue **transversal**, porque el levantamiento de la información se realizó en un solo momento.

**Transversal**, porque las variables serán medidas en una sola ocasión, se trata de muestras independientes (Supo, 2014).

### 3.2. Población/Universo y Muestra

**La población/universo**, estuvo conformada por 10 (diez) Mypes ubicadas en la avenida Antúnez de Mayolo, en el distrito de Los Olivos.

**Población/Universo**, es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones (Hernández – Sampieri, 2018, p.199).

La selección de la muestra fue con el método **no probabilístico**, (muestras dirigidas), a conveniencia del investigador.

**Método no probabilístico**, la elección de las unidades no depende de la probabilidad, sino de razones relacionadas con las características y

contexto de la investigación y por conveniencia para el investigador (Hernández – Sampieri, 2018, p.200)

La **muestra** estuvo constituida por 10 (diez) Mypes ubicadas en la avenida Antúnez de Mayolo, en el Distrito de Los Olivos. Por tratarse de una población menor a cien unidades se ha considerado el 100% de las población.

**Muestra**, en la ruta cuantitativa una muestra es un subgrupo de la población o universo que te interesa, sobre la cual se recolectarán los datos pertinentes, y deberá ser representativa de dicha población (de manera no probabilística, para que puedas generalizar los resultados encontrados) (Hernández – Sampieri, 2018, p.196)

### **3.3. Definición y operacionalización de variables**

El paso de una variable teórica a indicadores empíricos verificables y medibles e ítems o equivalentes se le denomina operacionalización (Solís, 2013), la operacionalización se fundamenta en la definición conceptual y operacional de la variable (Hernández-Sampieri, 2018, p. 243).

### 3.3 Operacionalización de variables:

VARIABLES		DEFINICIÓN OPERACIONAL			Escala de Medición
		DIMENSIONES		INDICADORES	
Denominación	Definición	Denominación	Definición	Denominación	
<b>Responsabilidad Social Empresarial</b>	Schwalb (2006) recoge la definición de Benavides M. y Gastelumendi G. Para decirnos que la RSE implica que las empresas desarrollen una visión de futuro en donde se halle un triple beneficio; mejora del entorno inmediato (trabajadores y proveedores), rentabilidad para la empresa (economía) y beneficios para la sociedad (social).	<b>Mejora del entorno inmediato</b>	El ambiente laboral debe ser apropiado para todos los trabajadores, manteniendo una buena relación con los proveedores y donde las expectativas de los clientes sean superadas.	Relación contractual laboral	Likert
				Salud y seguridad laboral para los empleados	
				Alianzas estratégicas con los proveedores	
				Cumplimiento de los compromisos de pago	
				Ética profesional	
				Garantía post servicio	
		<b>Económico</b>	Ganancia aceptable que permita cumplir con sus responsabilidades y expansión de la empresa.	Rentabilidad	
				Crecimiento y expansión	
		<b>Social</b>	Todo acto o decisión empresarial tiene un impacto sobre la comunidad y el ambiente.	Energía y recursos no renovables	
				Residuos solidos	
				Campañas sociales	
				Patrocinio	

<b>Sostenibilidad de los emprendimientos</b>	Rivas S. y Gutiérrez R. (2016) recogen la definición de Daniel J. Isenber (2010), quien señala que todo emprendimiento debe formar parte de un ecosistema para su sostenibilidad y ese ecosistema debe estar conformado por los siguientes elementos: Política (AP), Financiamiento, Capital humano y Mercado.	<b>Política (Administración Pública)</b>	El Estado a través de normas debe fomentar y promover el emprendimiento y la formalización empresarial.	Formalización de la empresa	Likert
				Impuestos	
		<b>Financiamiento</b>	Asegurar el acceso al financiamiento, es el primer paso importante para la sostenibilidad de las operaciones.	Capital inicial	
				Financiamiento	
		<b>Capital humano</b>	Las capacitaciones al personal permiten adquirir competencias específicas que son piezas clave para la diferenciación.	Personal calificado	
				Capacitaciones constantes	
		<b>Mercado</b>	Refiérase a las redes de emprendedores tanto nacionales como internacionales, dispuestas a sumar al fortalecimiento de los emprendimientos.	Laboratorios dentales	
				Proveedores de insumos y materiales	

### **3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos**

La técnica utilizada para recolectar los datos fue una encuesta con 30 preguntas divididas entre datos de la empresa, sus representantes y las dos variables intervinientes.

**Técnicas**, son las distintas formas de recolectar datos (Arias, 2006, p.146)

El instrumento utilizado fue un cuestionario de 30 preguntas, dicho instrumento se aplicó de manera presencial y virtual, para la recolección de datos.

**Instrumento**, recurso que utiliza el investigador para registrar la información o datos sobre las variables que tiene en mente. (Hernández-Sampieri, 2018, p.228)

### **3.5 Plan de análisis**

Los datos fueron recabados con la técnica de encuestas e instrumentos, luego se utilizó los programas informáticos tales como Excel, Word y SPSS, para el análisis estadístico de la información recogida.

El investigador busca, en primer término, describir los datos y posteriormente efectuar el análisis estadístico para relacionar cada una de las variables de la matriz. (Hernández – Sampieri, 2018, p.322)

### 3.6 Matriz de consistencia

<b>Título:</b>	Propuesta de mejora de la responsabilidad social empresarial como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos, de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo del distrito de Los Olivos, 2019.				
<b>Pregunta de investigación</b>	<b>Objetivos de investigación</b>	<b>VARIABLES</b>	<b>Población y muestra</b>	<b>Metodología</b>	<b>Instrumentos y procedimientos</b>
¿Cuál es la propuesta de mejora de la responsabilidad social empresarial como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos, de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro	<p><b>Objetivo general:</b></p> <p><b>Proponer</b> la mejora de la responsabilidad social como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019.</p> <p><b>Objetivos específicos:</b></p> <p><b>Identificar</b> los factores relevantes de la responsabilidad social para la sostenibilidad de los emprendimientos, de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019.</p>	<p>Responsabilidad social empresarial .</p> <p>Sostenibilidad de los emprendimientos.</p>	<p>La población estuvo conformada por 10 Mypes, ubicadas en la Av. Antúnez de Mayolo. Y la muestra estuvo conformada por el 100% de la población. Por tratarse de una población menor a cien unidades se ha considerado el 100% de las Mypes.</p>	<p>El diseño fue <b>cuantitativo</b>, pues permitió mediante la aplicación de un proceso sistemático, estructurar la investigación, partiendo de la idea hasta la elaboración de los resultados obtenidos para el análisis posterior, teniendo en cuenta el uso de tablas y figuras. Así mismo fue <b>descriptivo</b> porque permitió</p>	<p>La forma de recolectar los datos fue mediante una encuesta, la cual permitió estructurar de manera ordenada una serie de preguntas para su posterior análisis. Utilizando como instrumento validado previamente, un cuestionario de 30 preguntas divididas en: diez sobre los</p>

<p>consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo del distrito de Los Olivos, 2019?</p>	<p><b>Describir</b> los factores relevantes de la responsabilidad social para la sostenibilidad de los emprendimientos, de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019.</p> <p><b>Elaborar</b> las propuesta de mejora de la responsabilidad social empresarial para la sostenibilidad de los emprendimientos, de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019.</p>			<p>definir y medir las variables y sus características, planteamiento del problema hasta la identificación y descripción de los factores relevantes para la RSE. Y fue <b>no experimental</b> porque no se manipularon los resultados de manera deliberada, finalmente fue <b>transversal</b> por que los datos se recogieron en un solo momento.</p>	<p>generales de la empresa y sus representantes, doce sobre la variable de RSE y ocho sobre la variable de sostenibilidad.</p>
--	--	--	--	---	--

### 3.7 Principios éticos

Los resultados de la presente investigación se presentan para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Mypes en investigación, así mismo es de satisfacción personal por la dedicación puesta por el autor y sobre todo porque el presente trabajo permitirá servir de antecedente con información veraz, clara y objetiva que permita sentar las bases para las futuras investigaciones en las Mypes del sector y rubro seleccionado. Por ello la importancia de que la presente investigación se realice en el marco de los principios institucionales y personales que rigen la investigación científica.

**Principio de protección a las personas:** Teniendo en cuenta que la persona es el fin supremo de la sociedad y del Estado, es que este trabajo se realizó contemplando los derechos fundamentales y otros adquiridos por las personas intervinientes en la presente investigación, manteniendo la discrecionalidad, la objetividad libre de prejuicios y la gratitud por el compromiso y la participación voluntaria.

**Principio de cuidado del ambiente y la biodiversidad:** Desde el diseño, trabajo de campo, análisis y presentación del trabajo, el autor mantuvo un uso adecuado de los recursos, manteniendo una conducta pro responsabilidad y sostenibilidad social y ambiental.

**Principio de libre participación y derecho a estar informado:** Las personas que participaron del presente trabajo de investigación gozan del beneficio de la participación voluntaria, información clara y precisa

respetando la decisión de los involucrados de continuar hasta el fin del proceso o de dar un paso al costado una vez iniciada su participación en caso así lo soliciten, agradeciendo en todo momento por el compromiso y las responsabilidades asumidas.

**Principio de beneficencia, no maledicencia:** Durante todo el proceso de la investigación se mantuvo una conducta profesional, libre de maledicencia, priorizando el bienestar de los involucrados.

**Principio de Justicia:** La investigación se realizó manteniendo un juicio equitativo, razonable, transparente, priorizando a los participantes del presente trabajo en el otorgamiento de los resultados para la implementación de las mejoras según las necesidades de cada Mype en estudio.

**Principio de integridad científica:** Siendo este el último y el más importante para el investigador, pues de este devienen los principios y valores que rigen la moral personal llevada en la práctica al ejercicio de la profesión y al desarrollo de la investigación, resultando relevante para los resultados y conclusiones del presente trabajo.

## IV. RESULTADOS

### 4.1 Resultados

#### Resultados de los representantes de la empresa

**Tabla 1.**

*Edad de los representantes de las Mypes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	18 a 30	1	10	10	10
	31 a 50	8	80	80	90
	51 a más	1	10	10	100
	Total	10	100	100	



Fuente: elaboración propia

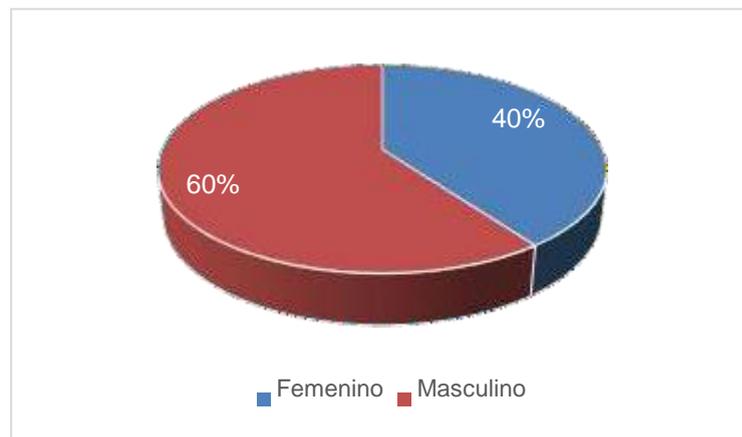
**Figura 1.** edad de los representantes de las Mypes

**Interpretación:** Del total de representantes encuestados, un 10% señalan tener entre 18 a 30 años, así mismo otro 10% señala tener más de cincuenta y un años, mientras que la gran mayoría en un 80% señala tener entre 31 a 50 años de edad.

**Tabla 2.**

*Género de los representantes de las Mypes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	4	40	40	40
	Masculino	6	60	60	100
	Total	10	100	100	



Fuente: elaboración propia

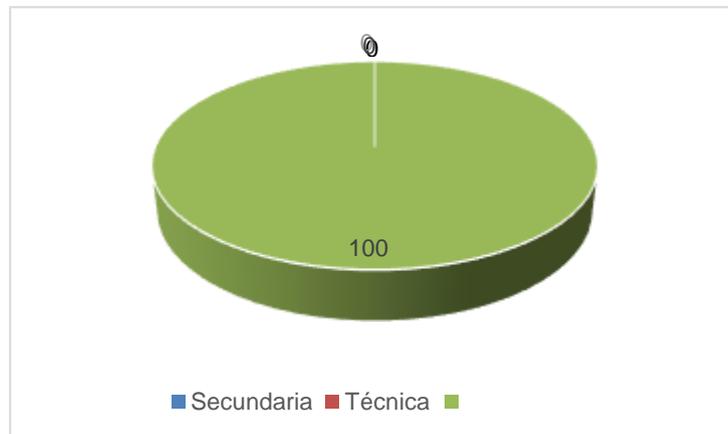
**Figura 2.** género de los representantes de las Mypes

**Interpretación:** Del total de los encuestados en mayor porcentaje son de género masculino alcanzando un 60%, mientras que el restante 40% son de género femenino, registrándose una diferencia mínima entre uno y otro género.

**Tabla 3.**

*Grado de instrucción de los representantes de las Mypes.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Universitaria	10	100	100	100



Fuente: elaboración propia

**Figura 3.** grado de instrucción de los representantes de las Mypes

**Interpretación:** Del total de los representantes encuestados el 100% cuentan con estudios superiores universitarios.

**Tabla 4.**

*Cargo que ocupan los representantes de las Mypes*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Administrador	3	30	30
	Propietario	2	20	50
	Administrador/ propietario	5	50	100
Total	10	100	100	



Fuente: elaboración propia

**Figura 4.** cargo que ocupan los representantes de las Mypes

**Interpretación:** Del total de encuestados un 50% señalan ser los propietarios y además los administradores de los consultorios odontológicos, mientras que un 20% señala solo ser el propietario (deduciendo que una tercera persona sería quien haga de administrador de la Mype), y, finalmente un 30% señala ser solo el administrador de la Mype (deduciendo que una tercera persona es el o la propietaria de la Mype).

**Tabla 5.**

*Tiempo de permanencia en el cargo.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 a 3 años	3	30	30	30
	4 a 6 años	1	10	10	40
	7 a más años	6	60	60	100
	Total	10	100	100	



Fuente: elaboración propia

**Figura 5.** tiempo de permanencia en el cargo.

**Interpretación:** De los encuestados el 30% señala tener entre meses y tres años al frente de la Mype, mientras que solo un 10% permanece en el cargo entre cuatro y seis años en el cargo, finalmente la gran mayoría en un 60% señala estar al frente de la Mype entre siete años a más.

## Resultado de las Micro y pequeña empresa

**Tabla 6.**

*Tiempo de permanencia en el mercado.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	0 a 3 años	3	30	30	30
	4 a 6 años	1	10	10	40
	7 a más años	6	60	60	100
	Total	10	100	100	



Fuente: elaboración propia

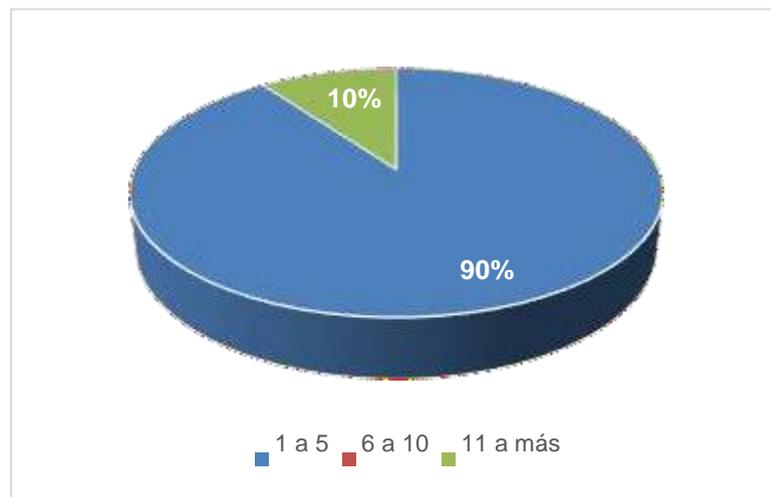
**Figura 6.** tiempo de permanencia de la Mype en el mercado

**Interpretación:** Del 100% de los encuestados un 60% viene operando con una permanencia mayor a siete años, mientras que un 10% lo hace desde los últimos cuatro a seis años, finalmente solo un 30% viene operando desde los últimos tres años. De este resultado se aprecia una similitud en el tiempo que vienen ejerciendo la representación de las Mypes los encuestados.

**Tabla 7.**

*Cantidad de trabajadores en las Mypes*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 5	9	90	90	90
	11 a más	1	10	10	100
	Total	10	100	100	



Fuente: elaboración propia

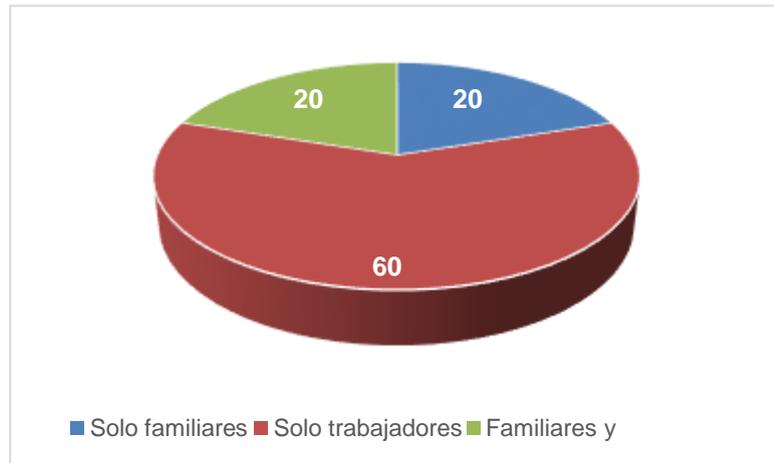
**Figura 7.** cantidad de trabajadores en las Mypes

**Interpretación:** Del total de las Mypes encuestadas en un 90% señalan tener menos de seis trabajadores de las visitas realizadas se aprecia que este número oscila entre uno y tres profesionales por consultorio, siendo solo el 10% de las Mypes las que cuentan con más de diez trabajadores siendo esta Mype una franquicia como veremos más adelante.

**Tabla 8.**

*Tipo de parentesco entre los representantes de las Mypes y sus trabajadores.*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Familiares	2	20	20	20
	Trabajadores	6	60	60	80
	Familiares y Trabajadores	2	20	20	100
	Total	10	100	100	



Fuente: elaboración propia

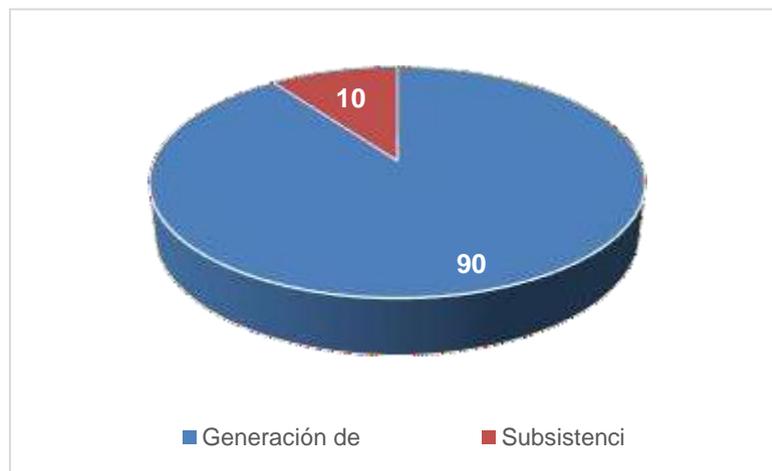
**Figura 8.** tipo de parentesco entre los representantes de las Mypes y los trabajadores

**Interpretación:** De la Mypes encuestadas en un 60% la relación entre los profesionales es solo de trabajadores, mientras que en el restante 40% los trabajadores son solo familiares y se combinan familiares y trabajadores.

**Tabla 9.**

*Propósito de creación de la Mype*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
válido	Generar ganancias	9	90	90	90
	Subsistencia	1	10	10	100
	Total	10	100	100	



Fuente: elaboración propia

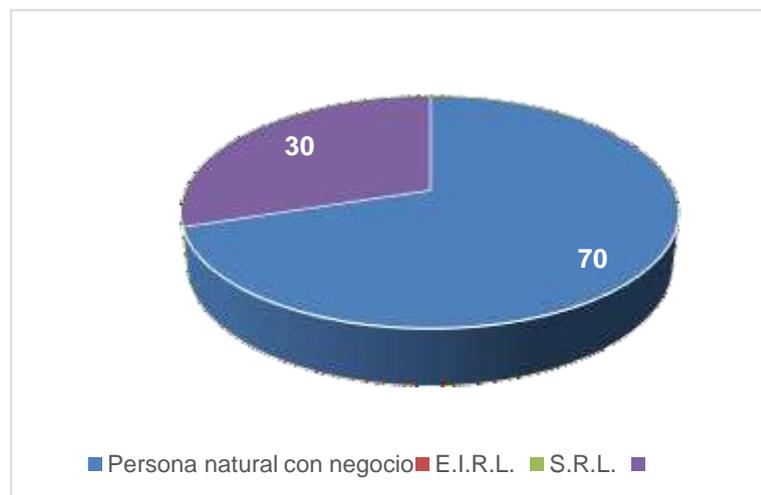
**Figura 9.** propósito de creación de la Mype.

**Interpretación:** En un gran porcentaje siendo este del 90% las Mypes encuestadas señalan fueron creadas para generar ganancias, y solo un 10% lo hizo por una motivación más de subsistencia.

**Tabla 10.**

*Tipo de constitución empresarial de la Mype*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Persona natural con negocio	7	70	70	70
	S.A.C.	3	30	30	100
	Total	10	100	100	



Fuente: elaboración propia

**Figura 10.** tipo de constitución empresarial de la Mype

**Interpretación:** De las Mypes encuestadas un 70% ha sido constituida como Persona natural con negocio, quizá la forma más simple de iniciar este tipo de emprendimiento para los odontólogos, mientras que un 30% ha sido constituida como una Sociedad Anónima Cerrada.

## Resultados de la variable de Responsabilidad Social Empresarial

**Tabla 11.**

*La empresa elabora y entrega un contrato laboral a sus trabajadores*

Variables	N° de representantes	Porcentajes
Nunca	5	50%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	1	10%
Siempre	2	20%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 11.** la empresa entrega un contrato laboral a sus trabajadores

**Interpretación:** Del total de Mypes encuestadas un gran porcentaje ascendente al 50% señala nunca entregar un contrato laboral a sus trabajadores, mientras que un 20% señala entregar algunas veces, en un mismo porcentaje señalan también entregar siempre, mientras que un 10% señala entregar el contrato casi siempre.

**Tabla 12.**

*La empresa capacita en temas de seguridad y salud laboral a sus trabajadores*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	4	40%
Casi siempre	3	30%
Siempre	3	30%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 12.** la empresa capacita en temas de seguridad y salud laboral a sus trabajadores

**Interpretación:** Del total de las empresas encuestadas, un porcentaje de 40% señala que algunas veces capacita en temas de salud y seguridad laboral a sus trabajadores, mientras que un 30% señala capacitar casi siempre al igual que siempre, en un porcentaje similar.

**Tabla 13.**

*La empresa promueve las relaciones a largo plazo con sus proveedores*

VARIABLES	N° de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	3	30%
Siempre	5	50%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 13.** la empresa promueve las relaciones a largo plazo con sus proveedores

**Interpretación:** Del total de las empresas encuestadas un 50% señala promover las relaciones a largo plazo con los proveedores, mientras que un 30% lo hace casi siempre y en un porcentaje del 20% lo hace algunas veces.

**Tabla 14.**

*La empresa cumple con los compromisos de pago en las fechas pactadas con sus proveedores*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	0	0%
Casi siempre	3	30%
Siempre	7	70%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

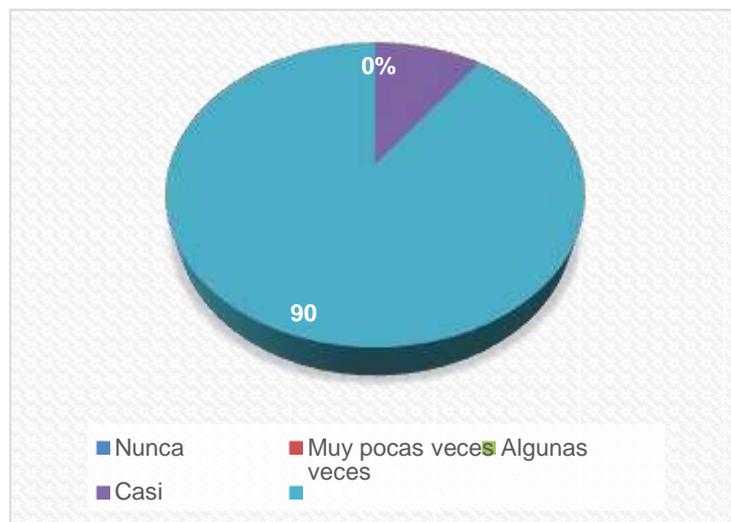
**Figura 14.** la empresa cumple con los compromisos de pago en las fechas pactadas a sus proveedores

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas, un 70% señala cumplir con sus compromisos de pago siempre, mientras que casi siempre lo hacen en un 30%.

**Tabla 15.**

*La empresa tiene presente el código de ética profesional durante la atención a sus pacientes*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	0	0%
Casi siempre	1	10%
Siempre	9	90%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

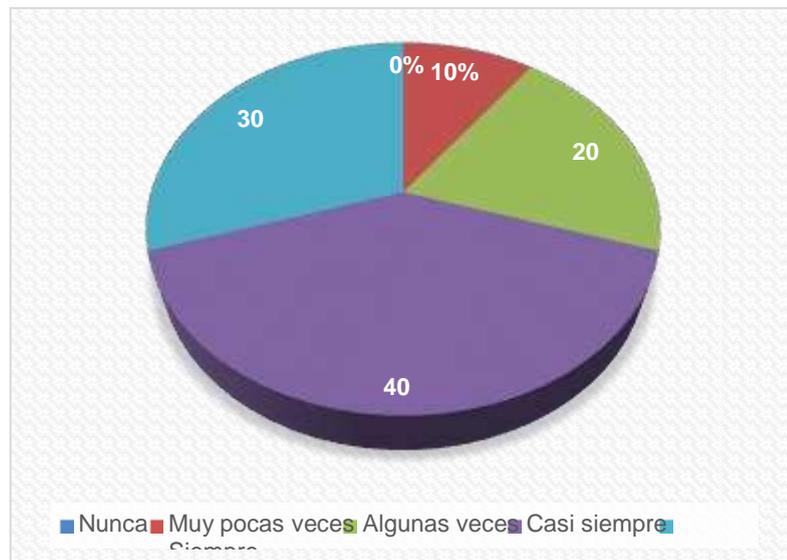
**Figura 15.** la empresa tiene presente el código de ética profesional durante la atención a sus pacientes

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas un 90% señala tener en cuenta el código de ética del odontólogo durante la atención a los pacientes, y un 10% señala hacerlo casi siempre.

**Tabla 16.**

*La empresa realiza un servicio post atención al paciente*

Variables	N° de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	1	10%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	4	40%
Siempre	3	30%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 16.** la empresa realiza servicios post atención al paciente

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas un 40% señala que casi siempre realizan un servicio post atención al cliente, mientras que un 30% lo hace siempre, así mismo un 20% lo hace algunas veces y finalmente solo un 10% lo hace muy pocas veces.

**Tabla 17.**

*Desde la creación de la empresa, esta ha mostrado rentabilidad*

Variables	N° de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	3	30%
Casi siempre	5	50%
Siempre	2	20%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

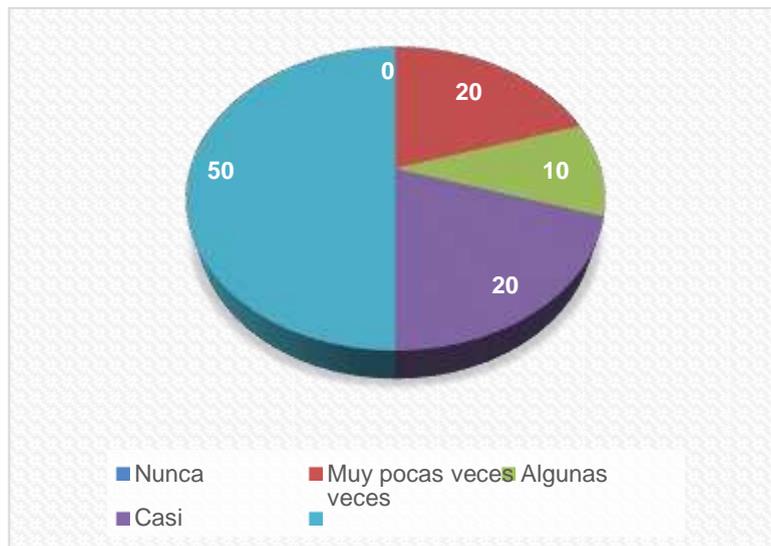
**Figura 17.** la empresa ha mostrado rentabilidad desde su creación

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas un 50% señala casi siempre haber obtenido rentabilidad desde la creación de la Mype, mientras que un 30% señala haber obtenido dicha rentabilidad y solo un 20% indica siempre haber obtenido una rentabilidad.

**Tabla 18.**

*La empresa proyecta crecer y tener otra sucursal*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	2	20%
Algunas veces	1	10%
Casi siempre	2	20%
Siempre	5	50%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 18.** la empresa proyecta crecer y tener otra sucursal

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas un 50% señala siempre proyectar un crecimiento para abrir otras sucursales, mientras que un 20% lo comparten aquellas Mypes que señalan casi siempre como muy pocas veces ampliar la red de locales, finalmente solo un 10% señala pensar en crecer algunas veces.

**Tabla 19.**

*La empresa cuenta con políticas de uso responsable de los recursos no renovables*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	1	10%
Algunas veces	1	10%
Casi siempre	2	20%
Siempre	6	60%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 19.** la empresa cuenta con políticas de uso responsable de los recursos no renovables

**Interpretación:** Del total de Mypes encuestadas un 60% señala contar siempre con políticas de uso responsables de los recursos no renovables, mientras que un 20% señala tenerlo casi siempre, y finalmente un 10% es compartido entre las Mypes que señalan tenerlo algunas veces y muy pocas veces.

**Tabla 20.**

*La empresa cuenta con protocolos de segregación, almacenamiento y transporte de desechos biocontaminados*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	1	10%
Casi siempre	3	30%
Siempre	6	60%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 20.** la empresa cuenta con protocolos de segregación, almacenamiento y transporte de desechos biocontaminados

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas un 60% señala contar siempre con protocolos para desechar los residuos biocontaminados, mientras que un 30% indica tenerlo casi siempre, sin embargo, solo un 10% señala tenerlo algunas veces.

**Tabla 21.**

*La empresa participa en campañas de salud bucal en la comunidad*

Variables	N° de representantes	Porcentajes
Nunca	2	20%
Muy pocas veces	2	20%
Algunas veces	4	40%
Casi siempre	2	20%
Siempre	0	0%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 21.** la empresa participa en campañas de salud bucal en la comunidad

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas un 40% de las mismas señala participar algunas veces en campañas de salud en la comunidad donde se desarrollan, mientras que un 20% es compartido por las empresas que señalan hacerlo casi siempre, muy pocas veces y otro 20% que no lo hacen nunca.

**Tabla 22.**

*La empresa lleva a cabo patrocinios hacia personas o eventos*

Variables	N° de representantes	Porcentajes
Nunca	5	50%
Muy pocas veces	1	10%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	2	20%
Siempre	0	0%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 22.** la empresa realiza patrocinio hacia personas o eventos

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas un 50% señala no realizar patrocinios a personas y eventos, sin embargo, un 20% es compartido por igual entre las empresas que casi siempre y algunas veces patrocinan a personas y eventos, pero solo un 10% señala hacerlo muy pocas veces.

## Resultados respecto de la Sostenibilidad de los emprendimientos

**Tabla 23.**

*La empresa contó con apoyo de la administración pública para su creación*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	8	80%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	1	10%
Casi siempre	1	10%
Siempre	0	0%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

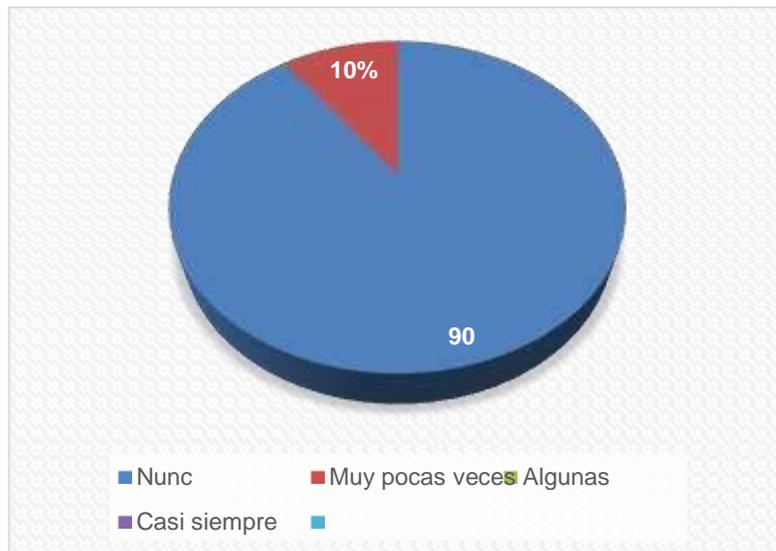
**Figura 23.** la empresa contó con apoyo de la administración pública para su creación.

Interpretación: Del total de empresas encuestadas un 80% señaló no haber contado nunca con apoyo de la administración pública durante la etapa de formalización, mientras que un 10% señala haber recibido ese apoyo casi siempre y algunas veces el otro 10%.

**Tabla 24.**

*La empresa ha recibido algún beneficio tributario por parte de la SUNAT o de la Municipalidad*

Variables	N° de representantes	Porcentajes
Nunca	9	90%
Muy pocas veces	1	10%
Algunas veces	0	0%
Casi siempre	0	0%
Siempre	0	0%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 24.** la empresa ha recibido algún beneficio tributario por parte de la SUNAT o de la Municipalidad

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas solo un 10% señala haber recibido algún beneficio tributario por parte de la administración pública, mientras que el restante 90% señala no haber recibido nunca dichos beneficios.

**Tabla 25.**

*La empresa tuvo inconvenientes para conseguir el capital inicial para su constitución*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	2	20%
Muy pocas veces	1	10%
Algunas veces	5	50%
Casi siempre	1	10%
Siempre	1	10%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 25.** la empresa tuvo inconvenientes para conseguir el capital inicial para su constitución

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas un 50% señala haber tenido algunas veces complicaciones para la obtención del capital inicial para la constitución de la Mype, mientras que un 20% señala nunca haber tenido inconvenientes, sin embargo, un 10% es compartido por igual entre las empresas que señalan haber tenido inconvenientes muy pocas veces, casi siempre y siempre para la obtención de dicho capital.

**Tabla 26.**

*La empresa ha buscado financiamiento para la continuidad de sus operaciones*

VARIABLES	N° de representantes	Porcentajes
Nunca	6	60%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	1	10%
Siempre	1	10%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 26.** la empresa ha buscado financiamiento para la continuidad de sus operaciones

**Interpretación:** Del total de las empresas encuestadas un 60% señala nunca haber buscado un financiamiento externo para la continuidad de las operaciones, mientras que un 20% señala haberlo hecho algunas veces, sin embargo, un 10% lo ha hecho casi siempre y un 10% lo ha buscado siempre.

**Tabla 27.**

*La empresa cuenta con un plan de incentivos por alcance de metas para sus trabajadores*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	3	30%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	3	30%
Casi siempre	2	20%
Siempre	2	20%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

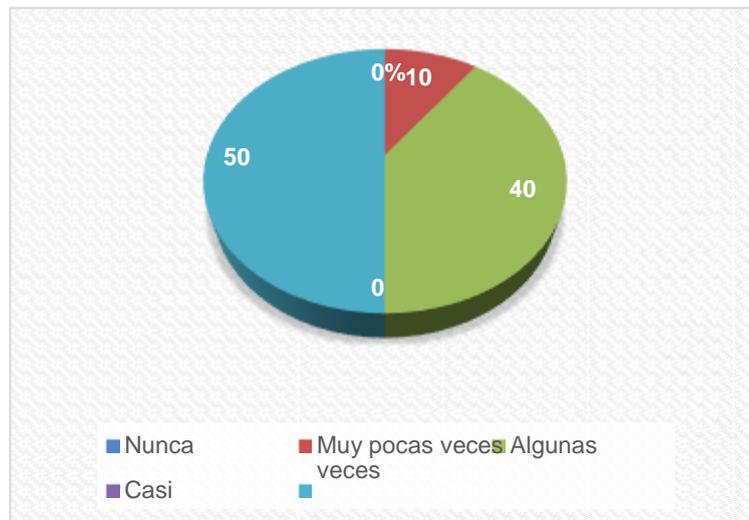
**Figura 27.** la empresa cuenta con un plan de incentivos por alcance de metas para sus trabajadores

**Interpretación:** Del total de empresas encuestadas un 30% señala contar algunas veces con un plan de incentivos para sus empleados por el alcance de metas, mientras que otro 30% señala no tener nunca esos incentivos, sin embargo, las empresas que casi siempre y siempre han tenido un plan de incentivos comparten un 20% del total de Mypes encuestadas.

**Tabla 28.**

*La empresa fomenta el crecimiento profesional de sus trabajadores*

Variables	N° de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	1	10%
Algunas veces	4	40%
Casi siempre	0	0%
Siempre	5	50%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 28.** la empresa fomenta el crecimiento profesional de sus trabajadores

Interpretación: Del total de Mypes encuestadas un 50% señala fomentar siempre el crecimiento profesional de sus empleados, mientras que un 40% señala hacerlo algunas veces, y finalmente solo un 10% lo hace muy pocas veces.

**Tabla 29.**

*La empresa promueve la formalización de los laboratorios dentales con los que trabaja*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	2	20%
Muy pocas veces	0	0%
Algunas veces	2	20%
Casi siempre	2	20%
Siempre	4	40%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 29.** la empresa promueve la formalización de los laboratorios dentales con los que trabaja

**Interpretación:** Del total de las empresas encuestadas un 40% de ellas señala promover siempre la formalización de los laboratorios dentales con los que trabaja, mientras que un 20% lo hace casi siempre, otro porcentaje igual lo hace algunas veces, sin embargo, un 20% de las Mypes nunca ha fomentado la formalización de los laboratorios que les provee de las prótesis dentales.

**Tabla 30.**

*La empresa recibe promociones o descuentos de sus proveedores de insumos y materiales*

VARIABLES	Nº de representantes	Porcentajes
Nunca	0	0%
Muy pocas veces	1	10%
Algunas veces	6	60%
Casi siempre	1	10%
Siempre	2	20%
Total	10	100%



Fuente: elaboración propia

**Figura 30.** la empresa recibe promociones o descuentos de sus proveedores de insumos y materiales

**Interpretación:** Del total de las empresas encuestadas un 60% de ellas señalan haber recibido alguna promoción o descuentos de sus proveedores, mientras que un 20% señala haberlo recibido siempre, sin embargo, un 10% es compartido por las empresas que recibieron esos beneficios casi siempre y muy pocas veces.

## **4.2 Análisis de resultados**

El análisis de los resultados recoge las respuestas aplicadas en el instrumento de recolección de datos entregados en formato físico a través de una encuesta presencial y en formato digital realizado a través del formato de encuestas de *Google form*, enviado a través de los correos y/o números de *whatsapp* brindados por los representantes de las Mypes. Los resultados se centran en una segmentación por; características de las Mypes, las variables intervinientes y sus dimensiones, relacionando los resultados con el objetivo central y objetivos específicos, permitiendo identificar los factores relevantes de la responsabilidad social empresarial y realizar una comparación con los resultados de otros autores tomados en cuenta en los antecedentes en la presente investigación.

### **4.2.1 Respecto a las características de la Mypes**

De la investigación realizada observamos que un 60% de la Mypes tienen más de siete años en el mercado, mientras que el menor porcentaje fue del 10% quienes tienen entre 4 a 6 años de operaciones, de la cantidad de trabajadores existentes en las empresas un 90% señaló contar con entre 1 a 5 trabajadores, en sentido opuesto las Mypes que cuentan con más de once trabajadores fue solo el 10%, perteneciendo esta Mype a una franquicia del rubro odontológico. Otro dato nos muestra que del total de Mypes encuestadas el 50% de ellas señalan que los administradores son los mismos que los dueños, este dato coincide con Landaeta F, Saavedra L y Stevens O. (2015) de Chile, quienes señalan en su investigación que el 52% de los representantes son los mismos dueños, quienes asumen el cargo de gerente o administrador. Por otro lado un dato no menos

importante nos señala que la relación que existe entre los representantes de las empresas con los trabajadores es nada más que una relación laboral en un 60%, mientras que en un 20% señalan trabajar entre miembros de la familia, seguidamente encontramos que un 90% de las empresas encuestadas señalan haber iniciado sus emprendimientos para generar ganancias, mientras que el 10% restante señala haberlo hecho por subsistencia, lo interesante en este último dato es que la edad del representante supera los 51 años, lo cual nos enseña que nunca es tarde para emprender un negocio. Finalmente, en esta etapa se observa que el tipo de constitución empresarial predominante es el de persona natural con negocio alcanzando un 70%, seguido de una sociedad anónima cerrada con un 30%.

#### **4.2.2 Respecto a las características de los representantes de las Mypes**

Del total de empresas encuestadas observamos que en un 80% señalan tener entre 31 a 50 años mientras que el menor porcentaje fue de 10% quienes señalan tener más de 51 años, dato que se asemeja a los mostrados por Espín F. (2017) Ecuador, quien señala en su investigación que la edad predominante de sus representantes es de 25 a 40 años alcanzando un 66%. Por otro lado en la presente investigación predomina el género masculino en un 60% sobre un 40% del género femenino, lo cual difiere de López M. (2018) Colombia, quien en su investigación señala predominar el género femenino con un 76% frente a un 24% de género masculino, además se observa que el grado de instrucción de los representantes es de nivel superior universitario en un 100%, predominando con un 90% la profesión del cirujano dentista frente a un 10% representado por un profesional de administración de empresas, precisamente

este último al frente de una franquicia odontológica. En ese mismo sentido los cargos que ostentan los representantes en un 50% señalan ser propietarios y administradores a la vez, mientras que un 20% señalan ser solo propietario, considerando que durante la toma de los datos estos últimos representantes se encontraban laborando podemos deducir que también hacen la labor de administrador de la Mype.

#### 4.2.3 Respecto a la Responsabilidad Social

En la actualidad se pueden hallar muchas definiciones de responsabilidad social, así mismo no hay una definición que haya sido considerada la mejor a nivel mundial, sin embargo, una de las más populares es la publicada por la organización internacional *Business for social responsibility* (BSR), quienes señalan que la RSE consiste en dirigir una empresa de forma tal que se logren cubrir o superar las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas de la sociedad Schwalb (2006), en ese sentido el investigador del presente trabajo concuerda con la definición de Schwalb (2006) quien recoge la definición de Benavides M. y Gastelumendi G. para decirnos que la RSE implica que las empresas desarrollen una visión de futuro en donde se halle un **triple beneficio (dimensiones)**; mejora del entorno inmediato (trabajadores y proveedores), rentabilidad para la empresa (economía) y beneficios para la sociedad, siendo estas tres dimensiones o variables las escogidas para la investigación presente, obteniendo los siguientes resultados.

a). **Dimensión mejora y bienestar del entorno:**

De las empresas encuestadas solo el 20% elabora y entrega siempre un contrato laboral a sus trabajadores, este dato es peor que el que señala Espín F. (2017) Colombia, quien menciona que solo un 44% de sus empresas encuestadas mantienen un régimen contractual de asalariados con sus empleados. Por otro lado, solo el 30% de las Mypes capacita siempre en temas de salud y seguridad laboral a sus trabajadores, este dato concuerda con Moreno M. (2020) Colombia, quien concluyó en su investigación que en las Mypes encuestadas existe una gran deficiencia en temas de salud y seguridad en el trabajo dentro de las empresas prestadoras de servicio odontológico. Un dato interesante señala que solo el 50% de las empresas encuestadas promueven siempre las relaciones a largo plazo con sus proveedores, este dato coincide en aproximación con Saavedra M. y Coaquira J. (2019) Perú, quienes señalan que solo un 60% de los encuestados afianzan las relaciones a largo plazo con los proveedores. Por otro lado, solo el 70% de las Mypes señalan cumplir siempre con los pagos a los proveedores en las fechas pactadas, también solo el 90% de los emprendimientos señalan cumplir siempre con el código de ética del odontólogo durante la atención al paciente, finalmente, solo el 30% de las Mypes señalan realizar siempre un servicio post atención al paciente. **Se identifica la presente dimensión como factor relevante de mejora para la responsabilidad social** en las Mypes del sector.

**b). Dimensión social:**

Del total de las Mypes encuestadas hallamos que un 60% de ellas cuenta siempre con políticas de uso responsable de los recursos como el agua y la luz, así mismo solo un 60% señala contar siempre con protocolos de segregación, almacenamiento y transporte de desperdicios biocontaminados, un dato interesante nos muestra que del 100% de las Mypes ninguna participa siempre de campañas de salud bucal hacia la comunidad y solo el 20% lo hace casi siempre, así mismo el 100% de las Mypes no participa siempre de patrocinios a personas o eventos mientras que solo el 20% lo hace casi siempre. **Se identifica la presente dimensión como factor relevante de mejora para la responsabilidad social** en las Mypes del sector.

**c). Dimensión económico:**

Del total de las empresas encuestadas solo el 20% de ellas señalan siempre tener rentabilidad, mientras que solo el 50% proyecta siempre ampliar sus operaciones y tener otra sucursal. **Se identifica la presente dimensión como factor relevante de mejora para la responsabilidad social** en las Mypes del sector.

**4.2.4 Respecto a la sostenibilidad de los emprendimientos:**

Daniel J. Isenber (2010), señala que todo emprendimiento debe formar parte de un ecosistema para su sostenibilidad y ese ecosistema debe estar conformado por los siguientes elementos: Política (administración pública),

Financiamiento, Capital humano y Mercado. (citado por Rivas S. y Gutiérrez R. 2016). Al respecto hallamos los siguientes resultados:

a). **Administración pública:** ¿Del total de empresas encuestadas ante la pregunta si hallaron apoyo en la administración pública durante la constitución de la empresa?, un 80% señaló que nunca, por otro lado, solo el 10% de las Mypes señala haber recibido beneficios tributarios muy pocas veces por parte de la SUNAT y Municipalidad.

b). **Financiamiento:** Del total de emprendimientos encuestados solo el 50% tuvo inconvenientes algunas veces para conseguir el capital inicial para el financiamiento de la empresa, y solo el 10% de las Mypes ha buscado siempre un financiamiento para continuar con las operaciones de la empresa.

c). **Capital humano:** Del total de las empresas encuestadas solo un 20% de ellas cuenta siempre con incentivos por alcance de metas para sus empleados, así mismo solo el 50% de las Mypes fomenta el crecimiento profesional de los trabajadores.

d). **Mercado:** De las empresas investigadas observamos que solo el 40% de las Mypes encuestadas fomenta siempre la formalización de los técnicos o laboratorios dentales con los que trabaja, estos proveedores son quienes elaboran las prótesis dentales que luego los odontólogos colocarán en los pacientes, finalmente, solo el 20% de las empresas encuestadas señalan recibir siempre algún beneficio de sus proveedores tales como descuentos o promociones.

## V. CONCLUSIONES

Del presente trabajo de investigación se concluye algunos aspectos importantes de las características de las Mypes y sus representantes, así tenemos que; la mayoría de los emprendimientos son de tipo persona natural con negocio, con más de siete años en el mercado, donde la mayoría casi siempre ha obtenido rentabilidad, con entre uno y cinco trabajadores y cuyo propósito de creación fue el generar ganancias. Por otro lado, de los representantes de las Mypes la mayoría son de género masculino, con grado de instrucción universitaria en su totalidad, con edades entre 31 a 50 años y donde la mayoría ejerce el cargo de propietario y administrador del emprendimiento.

Para las conclusiones respecto de las variables de investigación, se ha partido de la generación de los objetivos específicos propuestos, así tenemos que el **primer objetivo específico** buscó identificar los factores relevantes de la responsabilidad social empresarial para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019, logrando identificar las siguientes dimensiones como factores relevantes:

- a. **F1. Entorno inmediato**, el ambiente laboral debe ser apropiado para todos los trabajadores, manteniendo una buena relación con los proveedores y donde las expectativas de los clientes deben ser superadas, manteniendo una buena relación con los competidores y el cumplimiento de las normas legales despuestas por el Estado.
- b. **F2. Proyección social**, todo acto o decisión empresarial tiene un impacto sobre la comunidad y el ambiente, de allí la importancia de mantener una buena

relación con la sociedad a través de campañas de salud bucal de manera individual, asociativa privada o público privada.

- c. **F3. Económico**, toda empresa debe tener ganancias aceptables que permita cumplir con las responsabilidades, mejoramiento del equipamiento y adquisición de nuevas tecnologías a utilizar, así como proyectar un crecimiento empresarial.

Luego de identificar los factores relevantes, como **segundo objetivo específico** describiremos los factores relevantes de la RSE para la sostenibilidad de los emprendimientos, de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, y su relación con los resultados de la investigación.

a) **F1. Entorno inmediato**

La presente investigación concluye que son la minoría de empresas que entregan un contrato laboral a sus trabajadores, además son pocas las Mypes que capacitan en temas de salud y seguridad laboral, por otro lado la mayoría de las empresas cumplen con realizar los pagos a tiempo a sus proveedores y son la mayoría quienes señalan cumplir con el código de ética durante el servicio al cliente, cuando el cumplimiento de todos los puntos anteriores debiera darse por todas las empresas y de manera continua y no solo por unas cuantas.

El ambiente laboral debe ser apropiado para todos los trabajadores, entiéndase como apropiado un ambiente seguro y libre de riesgos, donde la labor y

contribución de los trabajadores sea reconocida, reconocimiento que debe iniciar con la formalización laboral a través de contratos de trabajo que reconozcan los derechos de los trabajadores y que a la vez permita el crecimiento personal y profesional de cada uno de los integrantes de dichos emprendimientos, de allí la importancia que tiene este factor pues cuando el desempeño del trabajador es reconocido ellos fortalecen su vínculo y compromiso con la empresa, lo cual evitará la deserción laboral y con ello el gasto de tomar nuevos empleados cada cierto tiempo. Así mismo es relevante llevar una buena relación con los proveedores cumpliendo con los compromisos de pago, logrando crear y fortalecer una relación a lo largo plazo, ver al proveedor como aliado estratégico ya no es una opción sino una decisión de vital importancia. Esta sinergia entre el emprendedor, el trabajador y el proveedor conllevará a tener clientes más satisfechos y fidelizados con la empresa, esto permitirá tener cada vez más clientes que, a la vez generen mayores ingresos para cada uno de los componentes del *stakeholder* de la empresa.

**b) F2. Proyección social**

La presente investigación concluye con que casi la mayoría de empresas cuenta con políticas de uso responsable de los recursos naturales, así también con protocolos de segregación de los residuos biocontaminados, sin embargo, casi todas las Mypes señalan no participar de actividades comunitarias ni de patrocinios hacia personas o eventos.

Todo acto o decisión empresarial tiene un impacto sobre la comunidad y el ambiente, si hoy decidimos vivir de espaldas a las necesidades de la sociedad es muy probable que la misma nos dé la espalda cuando requiramos de ella, las empresas actuales deben fortalecer su acercamiento hacia la colectividad y su entorno inmediato, sumándose a las iniciativas de apoyo social que se generen desde el Estado, en alianza con otras organizaciones o por iniciativa propia. Recordemos en estos últimos meses como muchos empresarios mal aprovechándose de las necesidades de conseguir medicamentos y accesorios para conservar la vida y la salud de la población frente a la pandemia del Covid-19, incrementaron exponencialmente los precios de sus productos o servicios, recibiendo el rechazo contundente de la población y del Estado, mientras que algunos pocos mantenían sus precios regulares lo cual llevó al reconocimiento público a nivel nacional e internacional por actuar de manera responsable frente a las necesidades de la población. Definitivamente estas decisiones fortalecerán al posicionamiento de la empresa en la mente de sus clientes y potenciales nuevos clientes y ante el Estado como una empresa socialmente responsable, permitiéndole acceder a algunos beneficios como participar en exposiciones físicas y virtuales, campañas televisivas, convenios interinstitucionales, entre otros.

### **b) F3. Económico**

La mayoría de las Mypes encuestadas fueron creadas para generar ganancias, de las cuales solo el 20% ha mostrado ser rentable siempre, sin embargo la mayoría proyecta crecer y ampliar sus operaciones a otros locales, de los mismos resultados se aprecia que solo una minoría no tuvo inconvenientes para

conseguir el financiamiento y capital inicial para emprender la empresa, posterior al inicio del emprendimiento una minoría a buscado un financiamiento externo entre algunas veces, casi siempre y siempre para la continuidad de las operaciones. Por tanto, una adecuada gestión en RSE está relacionado directamente con un buen desempeño económico de las Mypes de cara a la sostenibilidad de los emprendimientos.

Observamos entonces que para el sector y rubro en estudios es importante el financiamiento inicial del emprendimiento, por los resultados obtenidos se aprecia que la mayoría de las Mypes es rentable y cuya rentabilidad ha permitido no requerir de financiamiento externo posterior para la continuidad de las operaciones, sin embargo, debido a la actualización y renovación de las tecnologías en los equipos utilizados, es necesario contar con un financiamiento sea propio o externo para la adquisición de nuevas tecnologías y/o expansión empresarial.

## **5.1 Recomendaciones**

Se recomienda a las empresas del sector servicios rubro consultorios odontológicos lo siguiente:

- 1.** Cumplir con las disposiciones legales que señala la administración pública a través de los diferentes estamentos formuladores y fiscalizadores del Estado.
- 2.** Someter a juicio y evaluación previa las estrategias y decisiones a tomar bajo los criterios de responsabilidad social, ética en la función profesional, transparencia en la información y marco jurídico legal para no caer en irregularidades, faltas administrativas o daños a la salud.
- 3.** Considerar las buenas prácticas en responsabilidad social empresarial como parte de las estrategias fundamentales para el crecimiento y sostenibilidad de los emprendimientos.
- 4.** Analizar la relación costos-beneficios para la implementación de las buenas prácticas en responsabilidad social empresarial.
- 5.** Poner en práctica las propuestas como factores relevantes de la responsabilidad social, para la sostenibilidad de los emprendimientos formulados en la presente investigación, iniciando con un diagnóstico de la realidad actual de la Mype, utilizando una hoja de cotejo de fácil aplicación y la implementación seguida de la propuestas de mejora.

## 5.2 Referencias bibliográficas:

- Arias, F. (2006). Definición de técnicas de la investigación, (p.146), recuperado de: <https://evidencia.com/wp-content/uploads/2014/12/EL-PROYECTO-DE-INVESTIGACION-6ta-Ed.-FIDIAS-G.-ARIAS.pdf>
- Asociación empresa mujer, ministerio de Industria, turismo y comercio, gobierno de España, (2009). Responsabilidad social en las Pymes, guía de buenas prácticas. (p.14). recuperado de: <http://www.foroempresarias.com/userfiles/archivos/Documentacion/GuiadaRSEPYMEDEFINITIVA.pdf>
- Barrantes, S. y Oliver, E. (2015). *Revista ciencia y tecnología*, año 11, N° 4, 2015, 177-189. Responsabilidad Social Empresarial en la Micro y pequeñas empresas para el desarrollo económico, tecnológico y social en el contexto de la provincia de Trujillo. Universidad Privada Antenor Orrego/Universidad Nacional de Trujillo. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/267888424.pdf>
- Bernal, Pedraza y Sánchez (2018). Clima organizacional en los emprendimientos sostenibles, *Rev. esc.adm.neg.* No. 84, (pp.43-61) recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/eand/n84/0120-8160-eand-84-00043.pdf>
- Bernilla, M. (2020). Micro y Pequeña empresa, oportunidad de crecimiento, definición de empresarios, emprendedores y empresa (p.9-13), retos del emprendedor. (p.12).
- Bradley y Parrish, (2005). Empresas sostenibles y los grupos de interés.
- Caravedo, B. (2003). ¿Cómo promover la RSE en la empresa? La experiencia peruana artículo: papeles de ética economía y dirección n° 8, (p.8). Recuperado de: [http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XI/5\\_Caravedo.pdf](http://www.eben-spain.org/docs/Papeles/XI/5_Caravedo.pdf)
- Carrion, J. (2007). Estrategia de la visión a la acción, Esic Editorial, Madrid, España recuperado de: [https://books.google.com.pe/books?id=8\\_PwIoGOa6QC&pg=PA49&dq=grupos+de+interes+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjZ4Nz7nfbqAhWKTN8KHV3BRMQ6wEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=grupos%20de%20interes%20de%20una%20empresa&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=8_PwIoGOa6QC&pg=PA49&dq=grupos+de+interes+de+una+empresa&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjZ4Nz7nfbqAhWKTN8KHV3BRMQ6wEwAHoECAAQAQ#v=onepage&q=grupos%20de%20interes%20de%20una%20empresa&f=false)
- Carroll, A. (1991). Pirámide de Carroll, citado por: Matilde Schwalb 2006 p. 112, Responsabilidad Social: Fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible.
- Chavesta, R. (2017). Tesis sobre la “gestión y sostenibilidad de las Microempresas artesanales de Monsefú, provincia de Chiclayo” recuperado de: <http://repositorio.unprg.edu.pe/handle/UNPRG/1314>

- Chirinos, Meriño y Martínez (2018). Emprendimiento sostenible, clima organizacional, Rev. esc.adm.neg. No. 84, 2018 pp.43-61 recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n84/0120-8160-ean-84-00043.pdf>
- Cloud, H. (2008). *Integridad, Valor para hacer frente a las demandas de la realidad, ¿cómo seis cualidades esenciales determinan el éxito de tu negocio?* USA: editorial Vida.
- Colegio Odontológico del Perú (2019). Boletín informativo edición N° 12, año 6. contra sobrepoblación de odontólogos y publicidad engañosa, recuperado de: <https://www.cop.org.pe/noticias/sobrepoblacion-de-odontologos-en-el-peru-tiene-como-una-de-sus-consecuencias-a-la-publicidad-enganosa-afirmo-el-decano-nacional-del-cop>
- Colegio Odontológico del Perú, (2018). El ABC del consultorio odontológico (p.44), manual para obtener la licencia de funcionamiento para un consultorio odontológico recuperado de: <http://www.cop.org.pe/wp-content/uploads/2018/03/ABC-del-consultorio-dental-04.03.18.pdf>
- Comisión Europea para América Latina y el Instituto Austriaco para la investigación de las Micro y Pequeñas Empresas, recuperado de: [https://eulacfoundation.org/es/system/files/EU\\_LAC\\_RSC\\_ES.pdf](https://eulacfoundation.org/es/system/files/EU_LAC_RSC_ES.pdf)
- De la Cruz (2013). Características y factores que influyen en la Responsabilidad Social Empresarial.
- Delgado, C. (2017). Tesis, “influencia de la responsabilidad social empresarial en la imagen de las Mypes del sector tejas y ladrillos de San Jerónimo, Cusco, 2016”, UNSAAC, recuperado de: <http://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/3632>
- Doménech, J. (2007). Huella ecológica y desarrollo sostenible asociación española de normalización y certificación Aenor, editor Aenor ediciones. Recuperado de: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44602357/Huella-Ecologica-AENOR.pdf?1460322006=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DHuella\\_ecologica\\_y\\_desarrollo\\_sostenible](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44602357/Huella-Ecologica-AENOR.pdf?1460322006=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DHuella_ecologica_y_desarrollo_sostenible).
- Drucker, P. (1993). Definición de responsabilidad social empresarial, visión de Peter Drucker, recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634350002.pdf>
- Duque, Y. y Córdova, M. (2013). responsabilidad social empresarial: teorías, índices, estándares y certificaciones. Cuaderno de administración, Universidad del Valle, vol. 29 N° 50. Recuperado de: <http://www.eoi.es/blogs/mintecom/2013/05/30responsabilidadempresarial-10/>

- EAE *Business School* artículo digital (s.f.) Claves para conseguir la sostenibilidad empresarial, Recuperado de <https://retos-directivos.eae.es/claves-para-conseguir-la-sostenibilidad-empresarial/>
- Echavarría e Ingram, (2014). Definición de financiamiento de los emprendimientos en Mypes. (p.6).
- Edvinsson y Malone, (2000). Factor tecnológico y financiero para que las empresas alcancen sus objetivos, recuperado de: [https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&q=Edvinsson+y+Malone%2C+%282000%29.+Factor+tecnol%C3%B3gico+y+financiero+para+que+las+empresas+alcancen+sus+objetivos.&btnG=](https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Edvinsson+y+Malone%2C+%282000%29.+Factor+tecnol%C3%B3gico+y+financiero+para+que+las+empresas+alcancen+sus+objetivos.&btnG=)
- Espín, F. (2017). Tesis, “plan estratégico en talento humano enfocado en la salud y seguridad laboral en una empresa odontológica ecuatoriana” recuperado de: <http://repositorio.uees.edu.ec/123456789/1240>
- Fernández, C., Jiménez V., y Fernández, A. (2015). Tesis, “la responsabilidad social empresarial y su impacto competitivo en las Mypes del Perú”, recuperado de: <http://repositorio.unac.edu.pe/handle/UNAC/2236>
- Fernández, L. y Bajo, A. (2012). la teoría del *stakeholder* o de los grupos de interés, pieza clave de la RSE, del éxito empresarial y de la sostenibilidad, *AD Research ESIC*, N° 6, Vol. 6, 2012. recuperado de: <https://www.researchgate.net/publication/326373073>
- Fernández, W. (2018). Tesis, “relación entre la responsabilidad social empresarial y la competitividad en las Mypes de Lima Norte”, Universidad Nacional de Educación Enrique Guzmán y Valle, recuperado de: <http://repositorio.ene.edu.pe/handle/UNE/2349>.
- Fernández-Fernández y Bajo. (2012). Grupos de interés con efectos sobre las empresas.
- Flores, J. y Silva, M. (2018). Tesis “responsabilidad social empresarial para incrementar la competitividad en la empresa Helatonys – Chiclayo 2016” recuperado de: <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4365>
- Freeman, E. (1984). *Management Stakeholders Approach*, Libro de la teoría de los *Stakeholders*. Citado por Fernández-Fernández y Bajo (2012, p. 134).
- Freyre, M. (2005). Responsabilidad Social Empresarial en la pequeña y micro empresa. Gestión en el Tercer Milenio. *Rev. de Investigación de la Fac. de Ciencias Administrativas, UNMSM* Vol. 8, (N.º 16), Lima, diciembre 2005.
- Fundación OXFAM Intermón (s.f). Blog sobre los diferentes tipos de responsabilidad social desde el ámbito individual a las acciones gubernamentales. Recuperado de: <http://blog.oxfamintermon.org/los-diferentes-tipos-de-responsabilidad-social-del-ambito-individual-a-las-acciones-gubernamentales/>

- Fundación Ecología y Desarrollo de España (s.f), componentes de la RSE, citado por Schwalb M. / Malca O. Libro responsabilidad social, fundamentos para la competitividad y el desarrollo sostenible. (p.105).
- Garrido, C. (2014). Definición de ISO 26000, recuperado de: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/15/responsabilidad-social-empresarial-y-la-norma-iso-26000/>
- Gómez, Y. (2014). Tesis, “estrategia de responsabilidad social para el fortalecimiento de los clientes Mypes de la Caja Huancayo, región Junín”, Universidad del Centro del Perú, recuperado de: <http://repositorio.uncp.edu.pe/handle/UNCP/2473>
- Hamel, G. y Valikangas, L. (2003). En busca de la resiliencia. Harvard Business Review, América Latina, Oxford: Harvard University, recuperado de: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2020/05/resiliencia-empresarial-como-potenciarla-en-epoca-de-crisis/>
- Hernández, S. y Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: Mcgraw-hill interamericana editores S.A.
- Hidrobo, L., Zapata, M., Vélez, D. y Gonzales M. (2010). Definición de emprendimiento, recuperado de: <https://es.slideshare.net/ielvtecnologia/emprendimiento-6704651>
- Isenberg, D. (2010). Características de los emprendimientos, citado por Rivas y Gutiérrez (2016) Señala, que todo emprendimiento forma parte de un ecosistema, recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/290/29045347003.pdf>
- Jomes y James. (1979). Valores y principios de la organización, recuperado de: [https://scholar.google.com.pe/scholar?hl=es&as\\_sdt=0%2C5&as\\_vis=1&q=Jomes+y+James.+%281979%29.+Valores+y+principios+de+la+organizaci%C3%B3n.&btnG=](https://scholar.google.com.pe/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&as_vis=1&q=Jomes+y+James.+%281979%29.+Valores+y+principios+de+la+organizaci%C3%B3n.&btnG=)
- Kahn. (1990). Definición de *Engagement*, recuperado de: [https://scholar.google.com.pe/scholar?q=kahn+1990+definici%C3%B3n+de+engagement+definition&hl=es&as\\_sdt=0&as\\_vis=1&oi=scholart](https://scholar.google.com.pe/scholar?q=kahn+1990+definici%C3%B3n+de+engagement+definition&hl=es&as_sdt=0&as_vis=1&oi=scholart)
- Lalangui, J., Espinoza, C. y Pérez, M. (2017). Definición de RSE, Universidad Metropolitana del Ecuador, recuperado de: <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/498>
- Landaeta, F., Saavedra, L. y Stevens, O. (2015). Tesis, “la responsabilidad social en la pequeña y mediana empresa chilena”, recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/129702>
- Lavado, P. (2015). Tesis, “los efectos de las políticas y estrategias de responsabilidad social y empresarial en el Perú”, recuperado de: <https://1library.co/document/q059pkly-efectos-politicas-estrategias-responsabilidad-social-empresarial-peru.html>

- López, M. (2018). Tesis, “responsabilidad social y su relación con el desempeño económico en las Pymes de la ciudad de Valledupar, Colombia”. Recuperado de: <http://bdigital.unal.edu.co/view/types/thesis.html>
- Maldonado, N. (2016). Tesis, “responsabilidad social empresarial en las MiPymes en la ciudad de México”, recuperado de: <https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/21828/1/Tesis%20ISEC%20Nayeli%20Maldonado%20para%20imprimir.pdf>
- Mejía, C. (2010). Definición de Unidad de negocios, recuperado de: <http://www.planning.com.co/bd/documentosPlanning/Octubre2010.pdf>
- Mendoza, C. (2017). Tesis, “calidad del servicio y el comportamiento de compra del consumidor del centro odontológico Famidental ubicado en Los Olivos”, recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/21163>
- Melgarejo, M. (2018). Tesis sobre “las políticas públicas y la formalización de las Mypes en el distrito de Los Olivos”, trabajo realizado para la obtención del grado académico de maestra en Gestión Pública, por la escuela de post grado de la Universidad Cesar Vallejo, recuperado de: [http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14831/Melgarejo\\_PMM.pdf?sequence=1](http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/14831/Melgarejo_PMM.pdf?sequence=1)
- Moreno, M. (2020). Tesis, “gerenciamiento del plan de trabajo en seguridad y salud en una empresa prestadora de servicio odontológico”, Universidad Nacional Abierta y a Distancia de Colombia, recuperado de: <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/34824>
- Navarro, L. (2016). La responsabilidad social empresarial, teorías que fundamentan su aplicabilidad en Venezuela. *sapiencia organizacional*, vol. 3, núm. 6, 2016. Universidad Los Andes, Venezuela, recuperado de: [https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553056828011/html/index.html#:~:text=\(2008\)%20citando%20a%20McWilliams%2C,de%20la%20ley%E2%80%9D%20\(p.](https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553056828011/html/index.html#:~:text=(2008)%20citando%20a%20McWilliams%2C,de%20la%20ley%E2%80%9D%20(p.)
- Orbegoso, P. (2018). Tesis, “gestión odontológica y responsabilidad social, en la facultad de odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Lima 2017”, recuperado de: [http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/7231/Tesis\\_58903.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.usanpedro.edu.pe/bitstream/handle/USANPEDRO/7231/Tesis_58903.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Oro. (2019). Tesis, “estrategias de marketing utilizadas por cirujanos dentistas de la práctica privada, en consultorios odontológicos de Lima Norte”, recuperado de: <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/10759>
- Pérez, J. (2009). Definición de odontología, recuperado de: <https://definicion.de/odontologia/>
- Pérez, P. y Merino, M. (2009). Definición de accionistas, recuperado de: [https://definicion.de/accionista/#:~:text=Un%20accionista%20es%20una%20persona,de%20capital\)%20en%20la%20compa%C3%B1%C3%ADa.](https://definicion.de/accionista/#:~:text=Un%20accionista%20es%20una%20persona,de%20capital)%20en%20la%20compa%C3%B1%C3%ADa.)
- Saavedra, M. y Coaquira, J. (2019). Tesis, “relación entre la responsabilidad social empresarial y la internacionalización de la Mypes del sector textil ubicadas

en Lima Metropolitana, 2017-2018”, recuperado de:  
[http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9712/1/2019\\_Saavedra-Cielo.pdf](http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/9712/1/2019_Saavedra-Cielo.pdf)

Saavedra. (2010). La Responsabilidad Social Empresarial y las finanzas Cuadernos de Administración, vol. 27, núm. 46, julio-diciembre, 2011, pp. 39-54 recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/2250/225022711004.pdf>

Schwalb, M. y Malca, O. (2006). *Responsabilidad Social: fundamentos para la competitividad empresarial y el desarrollo sostenible*. (3ª ed.) Universidad Del Pacífico/Centro de Investigación.

Sepúlveda, C., Gutiérrez, W. (2016). Sostenibilidad de los emprendimientos, un análisis de los factores determinantes, ecosistemas de Iseberg, recuperado de: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/290/29045347003/html/index.html>

Supo, J. (2014). Metodología de la investigación, definición de transversal, recuperado de: <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>

Vásquez, A. (2018). Concepto de políticas empresariales, recuperado de: <https://www.emprendepyme.net/que-son-las-politicas-de-una-empresa.html>

Vilcapoma, F. (2018). Tesis, “investigación sobre la responsabilidad social y su relación con los tributos laborales en las Mypes del distrito de Los Olivos”, recuperado de: <http://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/23528>

Vives, A. y Peinado-Vara, E. (2011). Responsabilidad social en América Latina, publicación del banco interamericano de desarrollo mayo-2011. recuperado de: <https://www.pwc.com/cl/es/publicaciones/assets/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina.pdf>

Visión 360, (2019). Definición e importancia de la RSE, recuperado de <https://vizion360.xyz/que-es-la-sostenibilidad-empresarial-y-por-que-es-importante/>



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**Anexos:**

**Anexo 1: Instrumento de recolección de datos**

### **CUESTIONARIO**

Propuesta de mejora de la responsabilidad social empresarial como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la Avenida Antúnez de Mayolo, del Distrito de Los Olivos, 2019.

#### **INSTRUCCIONES:**

El presente cuestionario tiene por finalidad recolectar información de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, tomando en cuenta que no se espera obtener respuesta correctas o incorrectas marque con una (X) aquellas opciones que más se acercan a la realidad, la información proporcionada será esgrimida solo con fines académicos propios de la investigación.

#### **1. Datos generales**

##### **1.1. Referente a los representantes de la empresa**

1. Edad del representante legal de la Mype

- a) 18 a 30 años
- b) 31 a 50 años
- c) 51 a más años

2. Género

- a) Masculino

- b) Femenino
- 3. Grado de instrucción del representante legal de la Mype
  - a) Sin instrucción
  - b) Primaria
  - c) Secundaria
  - d) Superior no universitaria
  - e) Superior Universitaria
- 4. Cargo que ocupa el representante legal
  - a) Dueño
  - b) Administrador
- 5. Tiempo que viene ejerciendo funciones en el cargo
  - a) 0 a 3 años
  - b) 4 a 6 años
  - c) 7 a más años

## **1.2 Referente a las características de la empresa**

- 6. Tiempo de permanencia de la empresa en el mercado
  - a) 0 a 3 años
  - b) 4 a 6 años
  - c) 7 a más años
- 7. Número de trabajadores
  - a) 1 a 5
  - b) 6 a 10
  - c) 11 a más
- 8. Relación parental con los trabajadores de la empresa

- a) Solo familiares
- b) Solo trabajadores
- c) Familiares y trabajadores

9. Objetivo de creación de la Mype

- a) Generar ganancias
- b) Subsistencia

10. Tipo de Personería jurídica de la Mype

- a) Persona natural con negocio
- b) E.I.R.L
- c) S.R.L
- d) S.A.A.
- e) S.A.C



**Mgtr. Simón Poma Ancasi**  
**DTI de Carrea Profesional de Administración**  
**Filial Lima**



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

Nunca (1)	Muy pocas veces (2)	Algunas veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
--------------	------------------------	----------------------	---------------------	----------------

N°	Ítems	Alternativas				
<b>V1: Responsabilidad Social Empresarial</b>						
<b>D1: Mejora del entorno inmediato</b>						
1	¿La empresa elabora y entrega un contrato laboral a sus trabajadores?	1	2	3	4	5
2	¿La empresa capacita en temas de salud y seguridad laboral a sus trabajadores?	1	2	3	4	5
3	¿La empresa promueve las relaciones a largo plazo con sus proveedores?	1	2	3	4	5
4	¿La empresa cumple con los compromisos de pago en las fechas pactadas con sus proveedores?	1	2	3	4	5
5	¿La empresa tiene presente el código de ética profesional en el trato con los clientes?	1	2	3	4	5
6	¿La empresa tiene un servicio post atención al cliente?	1	2	3	4	5
<b>D2: Económico</b>						
7	¿La empresa ha mostrado rentabilidad?	1	2	3	4	5
8	¿La empresa proyecta crecer y tener otra sucursal?	1	2	3	4	5
<b>D3: Social</b>						
9	¿La empresa cuenta con políticas de uso responsable de los recursos no renovables, (luz, agua)?	1	2	3	4	5
10	¿La empresa cuenta con protocolos de segregación, almacenamiento y transporte de los residuos biocontaminados?	1	2	3	4	5
11	¿La empresa participa en campañas de salud bucal en la comunidad?	1	2	3	4	5
12	¿La empresa lleva a cabo patrocinios hacia personas o eventos?	1	2	3	4	5
<b>V2: Sostenibilidad de los emprendimientos</b>						
<b>D4: Política (Administración Pública)</b>						
13	¿La empresa contó con apoyo de la administración pública para su formalización?	1	2	3	4	5
14	¿La empresa se ha favorecido con algún beneficio tributario por parte de la municipalidad o la SUNAT?	1	2	3	4	5
<b>D5: Financiamiento</b>						
15	¿La empresa tuvo inconvenientes para conseguir el capital inicial?	1	2	3	4	5
16	¿La empresa ha buscado financiamiento externo para la sostenibilidad del emprendimiento?	1	2	3	4	5
<b>D6: Capital humano</b>						
17	¿La empresa cuenta con un plan de incentivos por alcance de metas de sus trabajadores?	1	2	3	4	5
18	¿La empresa capacita y fomenta el crecimiento profesional de sus trabajadores?	1	2	3	4	5
<b>D7: Mercado</b>						

19	¿La empresa promueve la formalización de los laboratorios dentales con los que trabaja?	1	2	3	4	5
20	¿La empresa recibe promociones o descuentos de sus proveedores de insumos y materiales?	1	2	3	4	5



**Mgtr. Simón Poma Ancasi**  
**DTI de Carrea Profesional de Administración**  
**Filial Lima**



**Anexo 2: Directorio MYPE.**

**Población: Consultorios Odontológicos de la Av. Antúnez de Mayolo, distrito de Los Olivos**

N°	MYPE	Dirección	Piso
1	Centro especializado dental estetic	Av. Antúnez de Mayolo 859	2do.
2	Clínica dental Cardoso	Av. Antúnez de Mayolo 898	3ro.
3	Consultorio dental Ramos	Av. Antúnez de Mayolo 936 - A	1ro.
4	Multident	Av. Antúnez de Mayolo 1011	2do.
5	Dentist friend	Av. Antúnez de Mayolo 1052	2do.
6	COSMODENT	Av. Antúnez de Mayolo 1135	2do.
7	Consultorio Dento Sonrisas	Av. Antúnez de Mayolo 1226	2do.
8	EDENT	Av. Antúnez de Mayolo 1260	2do.
9	Consultorio dental Yactayo	Av. Antúnez de Mayolo 1272	2do.
10	Odonto Salud	Av. Antúnez de Mayolo 1422	2do.

## **Anexo N° 3 Propuesta de mejora**

### **PROPUESTA DE MEJORA**

**Propuesta de mejora de la responsabilidad social empresarial como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios, rubro consultorios odontológicos, de la avenida Antúnez de Mayolo, del distrito de Los Olivos, 2019.**

#### **1. Antecedentes**

El distrito de los Olivos es considerado uno de los distritos más desarrollados económicamente dentro de la mancomunidad Lima Norte, distrito donde gran parte de su población es emprendedora tanto nacionales como extranjeros, pues el distrito de Los Olivos es uno de los principales distritos a donde ha llegado una masiva población de ciudadanos venezolanos debido a que cerca se encuentra el principal terminal terrestre de la capital, con servicios de buses interprovinciales provenientes desde el norte del país, lugar por donde han ingresado la mayoría de migrantes venezolanos, sin embargo, muchos de estos emprendimientos están en la informalidad. Ya desde hace algunos años el distrito de Los Olivos ha venido fortaleciendo su crecimiento económico de la mano del que es actualmente alcalde, el Dr. Felipe Castillo Alfaro, quien ostenta el cargo desde el año 1996, siendo interrumpida su gestión solo entre los años 2015 al 2018, es decir el actual alcalde viene ejerciendo el cargo seis periodos de los nueve que han pasado desde la creación del distrito. (Portal web de Los Olivos 2020). Este crecimiento económico ha permitido que muchos emprendedores hayan puesto los ojos en el distrito, uno de estos sectores es el de servicios rubro consultorios odontológicos. Los beneficios que el Estado brinda para la constitución de una micro

empresa, la rapidez para el otorgamiento de la licencia municipal, el poco capital inicial y poco espacio requerido para la implementación de un consultorio odontológico sumado al hecho que, el 99% de las viviendas ubicadas en la avenida Antúnez de Mayolo alquilan sus espacios para comercio, más la sobre oferta de profesionales odontólogos, ha traído como consecuencia que existan muchos consultorios odontológicos en la zona, implementando estrategias o prácticas poco sostenibles para captar clientes, como el no cobrar por las consultas, no tener en cuenta el código de ética profesional, utilizar publicidad engañosa (Dr. Vera T. Decano del COP 2019), incumplimiento de pagos a los proveedores. Prácticas que han tenido como resultado que muchos consultorios hayan desaparecido entre el primer y segundo año de haber iniciado sus operaciones.

## **2. Diagnóstico**

Del resultado de la investigación se establece el siguiente diagnóstico:

- ✚ La avenida Antúnez de Mayolo es una vía principal de ocho cuadras que va desde la cuadra ocho, cruce con la Av. Izaguirre (frente al palacio municipal) hasta la cuadra 15, cruce con la Av. Universitaria, recorriendo las urbanizaciones Mercurio, Covida y Palmas Reales, es una zona comercial con alto tránsito vehicular y peatonal.
- ✚ En la Av. Antúnez de Mayolo se observa un promedio de 40 consultorios odontológicos, sin contar a otros tantos que se encuentran en las calles transversales y alrededores (fuente: trabajo de campo), de los cuales muchos están cerrados desde antes de la pandemia y otros tantos no atienden por la pandemia.

- ✚ De las empresas encuestadas existe un gran porcentaje que no entrega contrato laboral a sus trabajadores.
- ✚ Existe más del 50% de las empresas que no capacita siempre a sus trabajadores en temas de salud y seguridad laboral.
- ✚ No todas las empresas cumplen con los compromisos de pago a los proveedores en las fechas pactadas entre las partes y algunas simplemente no pagan.
- ✚ No todas las empresas tienen en cuenta el código de ética profesional en la atención a los pacientes.
- ✚ No todas las empresas cuentan siempre con protocolos de segregación, almacenamiento y transporte de residuos biocontaminados.
- ✚ La mayoría de las empresas participan muy pocas veces o nunca en campañas de salud bucal hacia la comunidad.
- ✚ La mayoría de las empresas no cuentan con planes de incentivo laboral hacia sus trabajadores.
- ✚ Solo el 50% de las empresas fomenta el crecimiento profesional de sus trabajadores.
- ✚ Un porcentaje menor de las empresas no promueven ni fomentan la formalización de sus proveedores de servicios o productos.
- ✚ Solo una minoría de las Mypes muestra rentabilidad económica siempre.

### **3. Objetivo**

El objetivo de la presente propuesta es mejorar las prácticas de responsabilidad social empresarial para la sostenibilidad de los emprendimientos del sector servicios, rubro consultorios odontológicos.

#### **4. Propuestas**

Para la implementación de las mejoras en la responsabilidad social se partirá de las dimensiones bases del presente trabajo de investigación. Es importante señalar que toda propuesta de mejora debe estar alineada con los valores de la empresa, visibles en la misión y visión empresarial y estos valores deben ser difundidos entre los colaboradores de la empresa, así como en todos los grupos de interés de la misma incluyendo a los clientes como actores importantes para la sostenibilidad de los emprendimientos.

##### **Propuesta de mejora sobre el entorno inmediato**

- ✓ Mantener una relación formal con los trabajadores de la empresa, a través de contratos laborales pudiendo ser en sus diferentes formas permitidas por ley como medio tiempo, tiempo completo, por servicios prestados o prácticas laborales.
- ✓ Capacitar de manera programada en temas de salud y seguridad laboral en el marco de la ley de seguridad y salud en el trabajo Ley N° 29783, que señala un mínimo de cuatro capacitaciones por año para los trabajadores.
- ✓ Fortalecer las capacidades y competencias de los trabajadores.
- ✓ Cumplir con los compromisos y pagos asumidos hacia los proveedores.
- ✓ Solicitar comprobantes de venta a los proveedores.
- ✓ Aplicar siempre el código de ética profesional en las relaciones, no solo con los pacientes sino con todo el grupo que conforma el *stakeholder* de la empresa.
- ✓ Implementar un libro de reclamaciones físico o virtual.

- ✓ Implementar y/o fortalecer un servicio post atención al paciente, el cual además de acceder a hacer seguimiento al tratamiento ofertado permitirá recordar al paciente regresar para continuar con los tratamientos preventivos o correctivos.
- ✓ Fortalecer las relaciones con los proveedores a través de una relación a largo plazo en el que el principal beneficio mutuo sea el ganar – ganar.

### **Propuesta de mejora sobre la proyección social**

- ✓ Tener mayor presencia en la comunidad a través de campañas de salud organizadas por la municipalidad, ministerio de salud, colegio odontológico, entre otros.
- ✓ Mejorar la accesibilidad a la empresa para los pacientes con habilidades diferentes, capacitando al trabajador en lenguaje de señas por ejemplo, esto mejoraría la comunicación y calidad en el servicio para pacientes con habilidades comunicativas diferentes.
- ✓ Implementar protocolos de segregación, almacenamiento y transporte de residuos biocontaminados a través de la participación de empresas especializadas en el manejo de este tipo de desechos, el no hacerlo pone en riesgo la salud y la vida de los trabajadores de limpieza pública.
- ✓ Realizar alianzas estratégicas con instituciones del Estado u otras para sumar esfuerzo y reducir costos.

### **Propuesta de mejora sobre lo económico**

- ✓ Emitir y solicitar siempre comprobantes de ventas por los servicios brindados, esto demandará de los proveedores que también emitan comprobantes de pago

promoviendo así la formalización de los técnicos dentales o laboratorios dentales.

- ✓ Adquirir equipamiento con tecnología moderna, capacitarse en nuevas técnicas de procedimientos odontológicos, para ampliar la oferta de servicios.
- ✓ Difundir las buenas prácticas en RSE, una vez adoptada las buenas prácticas las Mypes pueden postularse e inscribirse a reconocimientos públicos realizados por ejemplo a través de la organización Perú 2021 o “Perú Responsable del Ministerio de Trabajo y Promoción del empleo”, quien certifica las buenas prácticas de RSE en el ámbito laboral, este reconocimiento público fortalecerá la imagen del emprendimiento de cara a la sostenibilidad.

Finalmente, toda propuesta e implementación de buenas prácticas en RSE no tendrán efecto positivo si no son evaluadas en todo momento, para ello se recomienda utilizar un cuestionario vertido en una lista de cotejo de fácil aplicación que permita medir y diagnosticar el estado situacional actual de la empresa.

Principales ventajas e inconvenientes a considerar antes de la implementación de buenas prácticas en responsabilidad social en los consultorios odontológicos.

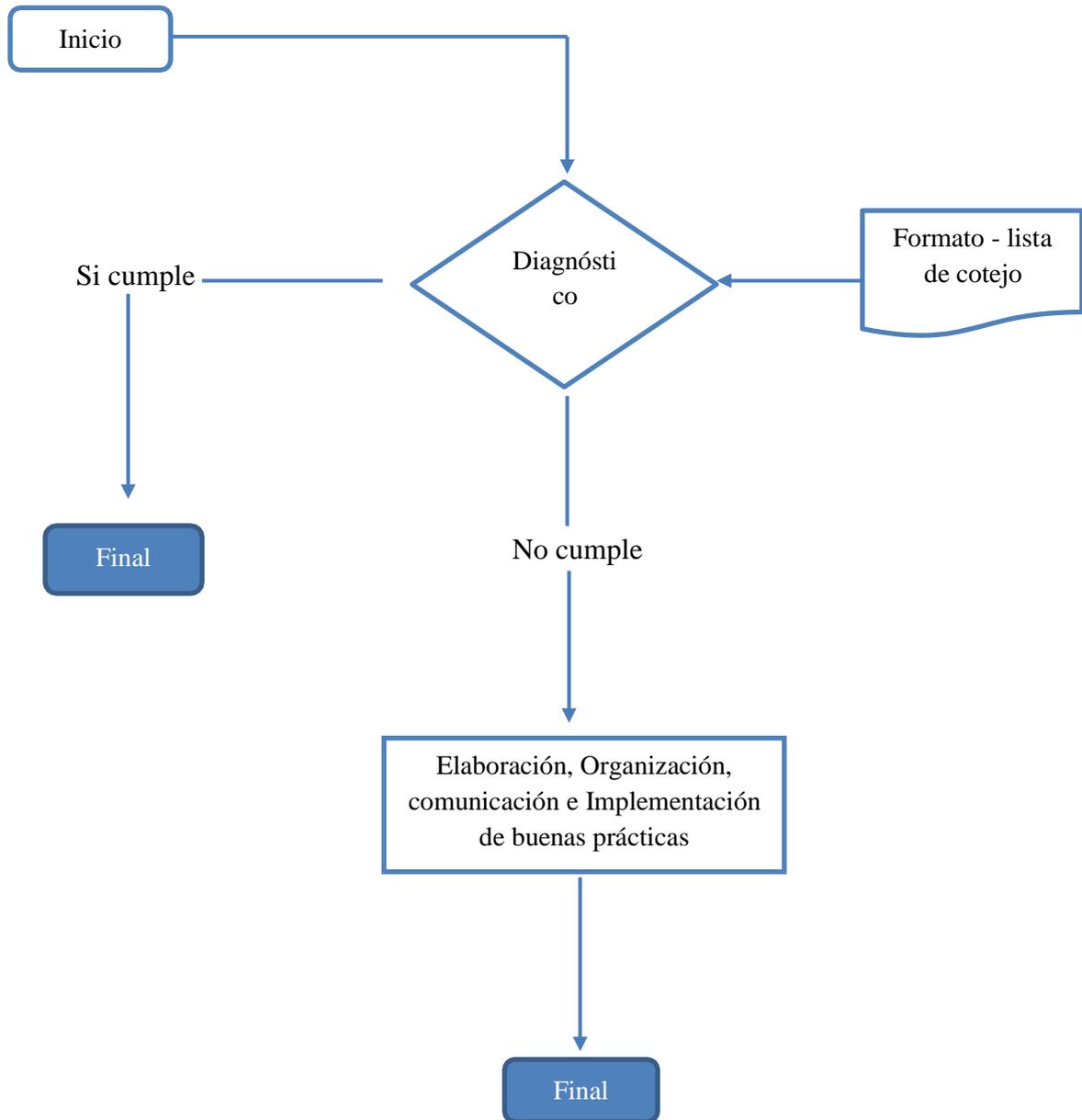
### **FODA para la mejora de la Responsabilidad Social en Las Mypes**

<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
Recursos limitados	Sanciones administrativas
Poca información y conocimiento	No acceso a otros mercados
Falta de motivación	Pérdida de competitividad
Falta de estrategias	Supervivencia
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FORTALEZAS</b>
Ventajas competitivas	Las Pymes son más adaptables y flexibles
Mejora la reputación	Menos burocracia
Anticipación a futuras regulaciones y exigencias	Conocimiento del entorno local inmediato
Mejor conocimiento del <i>stakeholders</i>	Mayor confianza
Control de riesgos	Menos exigencias

Fuente: Roser, I (2006) guía de la responsabilidad social corporativa para las Pymes. Observatorio de responsabilidad social corporativa/fundación el monte.

Diagrama de flujo: Implementación de propuestas de mejora para la RSE

Nombre del proceso	Mejora de la RSE como factor relevante para la sostenibilidad		Página
Responsable	Representante de la Mype		1 de 1
Fecha de implementación	( / / )	Fecha de actualización	( / / )



**Instrumento de cotejo para la medición de indicadores de RSE en Consultorios Odontológicos**

N°	Indicadores	SI	NO	Observación
<b>Factor 1: Mejora del entorno inmediato (trabajadores, proveedores, clientes)</b>				
1	¿La empresa elabora y entrega un contrato laboral a sus trabajadores?			
2	¿La empresa capacita en temas de salud y seguridad laboral a sus trabajadores?			
3	¿La empresa promueve el crecimiento profesional de sus trabajadores?			
4	¿La empresa cumple con los compromisos de pago en las fechas pactadas con sus proveedores?			
5	¿La empresa promueve la formalización de los laboratorios dentales con los que trabaja?			
6	¿La empresa tiene presente el código de ética profesional en el trato con los clientes?			
7	¿La empresa tiene un libro de reclamaciones?			
8	¿La empresa promueve las relaciones a largo plazo con sus proveedores?			
9	La empresa cumple con el pago de los impuestos y otros servicios municipales?			
<b>Factor 2: Proyección social (comunidad, Estado)</b>				
10	¿La empresa cuenta con políticas de uso responsable de los recursos no renovables, (luz, agua)?			
11	¿La empresa cuenta con protocolos de segregación, almacenamiento y transporte de los residuos biocontaminados?			
12	¿La empresa participa en campañas de salud bucal en la comunidad?			
13	¿La empresa lleva a cabo patrocinios hacia personas o eventos?			
14	La empresa cuenta con políticas de no discriminación y fácil accesibilidad para las personas con discapacidad física y habilidades diferentes?			
15	La empresa cumple con todos los requisitos legales para la formalización y funcionamiento del emprendimiento?			
16	La empresa tiene en cuenta las leyes sobre aportes a partidos políticos?			
17	La empresa tiene políticas anti soborno y anti corrupción?			
<b>Factor 3: Económico (rentabilidad, crecimiento y expansión)</b>				
18	¿La empresa es rentable para cumplir con las responsabilidades?			
19	¿La empresa es rentable para adquirir nuevas tecnologías?			
20	¿La empresa es rentable para pensar en un crecimiento y expansión?			

**Propuesta de mejora de la responsabilidad social como factor relevante para la sostenibilidad de los emprendimientos del sector  
sector servicios, rubro consultorios odontológicos.**

Factor relevante	Problema identificado	Propuesta de mejora	Responsable de la implementación	Resultados esperados
<b>Entorno inmediato</b> (Trabajadores, proveedores, clientes)	Derechos de trabajadores vulnerados.	Elaborar y entregar contratos laborales, cumpliendo con los deberes frente a los trabajadores.	Representante de la Mype (propietario, operador o responsable de la conducción de la empresa)	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Seguridad laboral para el trabajador</li> <li>✓ Reducción de rotación del personal</li> <li>✓ No pago de multas o sanciones del MTPE</li> </ul>
	Accidentes laborales y/o enfermedades ocupacionales.	Programar de forma anual las capacitaciones en Seguridad y salud en el trabajo.		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mejora la gestión para reducir los accidentes y enfermedades ocupacionales.</li> <li>✓ Reducción de ausentismo laboral</li> <li>✓ Evitar sanciones del MTPE, Municipalidad, otros.</li> </ul>
	Poca capacitación específica en los empleados.	Fortalecer y promover capacitacione específicas en alianza con instituciones especializadas		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mejora la atracción, retención y productividad de los trabajadores</li> <li>✓ Mejor atención al cliente</li> <li>✓ Ventaja competitiva</li> </ul>
	Incumplimiento de pago a los proveedores.	Honrar los compromisos asumidos.		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Lealtad de los proveedores</li> <li>✓ Alianza estratégica</li> <li>✓ Acceso a descuentos y promociones</li> </ul>
	Cambio constante de laboratorios dentales buscando precios más bajos, sacrificando la calidad.	Afianzar las relaciones a largo plazo con los laboratorios dentales.		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mejora en la calidad de los trabajos protésicos</li> <li>✓ Fidelización de pacientes</li> </ul>
	Incumplimiento del código de ética.	Tener en cuenta siempre el código ético de la profesión.		<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Buen trato y atención al paciente</li> <li>✓ Fidelidad del paciente y recomendación</li> </ul>

	Falta del libro de reclamaciones.	Implementar el libro en formato físico o virtual.		✓ Oportunidad de mejora continua
	Falta de seguimiento a los tratamientos brindados (Servicio post atención).	Implementar un servicio de atención post tratamiento.		✓ Evitar sanciones de Indecopi
<b>Proyección social</b> (Comunidad, ambiente, estado)	Participación casi cero en la comunidad.	Participar de campañas de salud bucal.		✓ Seguimiento a los tratamientos aplicados
	Poca accesibilidad para personas con discapacidad física, auditiva o habilidades diferentes.	Mejorar los accesos y la comunicación en lenguaje de señas.		✓ Recordatorio de chequeos preventivos
	No segregación de los residuos biocontaminados.	Implementar un pequeño contenedor e identificarlo con color rojo de acuerdo a norma.		✓ Aumento de visitas al consultorio
<b>Económico</b> (Rentabilidad que permita cumplir con todas responsabilidades siempre y adquirir nuevas tecnologías)	Informalidad en los proveedores.	Solicitar y emitir comprobantes de venta por los servicios recibidos.		✓ Diferenciación competitiva
	A pesar de que desde la creación de la empresa todas las Mypes han mostrado rentabilidad en algún momento, solo el 20% ha sido rentable siempre.	Adquirir nuevos equipamientos con tecnología moderna Actualizarse con técnicas y procedimientos más avanzados Ampliar oferta odontológica.		✓ Mejora la imagen y licencia social
				✓ Facilita la atracción y retención de nuevos clientes
				✓ Alianzas estratégicas con el Estado y con otras Mypes
				✓ Ampliar el mercado
			✓ Atender a población vulnerable	
			✓ Evita posibles contagios de enfermedades	
			✓ Evita sanciones de MINSA	
			✓ Fomento de la formalización	
			✓ Emisión de comprobantes de venta	
			✓ Acceso a financiamiento externo	
			✓ Incremento de servicios odontológicos	
			✓ Incremento de pacientes	
			✓ Incremento de ingresos	
			✓ Mayor rentabilidad	

Fuente: elaboración propia