

El comportamiento de las empresas del área metropolitana de la ciudad de Mérida desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Empresarial*

Paredes León, Karelly**

Recibido: 12/02/2009 • Revisado: 20/03/2009
Aceptado: 14/04/2009

Resumen >>

La sociedad venezolana requiere de la alianza estratégica entre agentes privados y públicos, entre organizaciones con fines y sin fines de lucro, para superar la problemática social. Es por ello, que nuestro estudio abordó la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de las empresas ubicadas en la zona metropolitana de la ciudad de Mérida y analizó los tipos de criterios, acciones y ámbitos relacionados con la RSE implementados por estas empresas durante el primer semestre del 2007. La investigación fue deductiva, analítica-descriptiva, documental y de campo; requirió de aplicación de entrevista semi-estructurada y de cuestionario. Como conclusiones generales, la mitad de las empresas estudiadas practican la RSE; los recursos que invierten lo hacen en su mayoría de forma directa; en la dimensión interna realizan acciones, mas no tienen la visión estratégica y el verdadero compromiso de hacerlo; en cuanto a su dimensión externa solo la mitad asumen el compromiso de hacerlo con las comunidades locales, y de los grupos de interés solo demuestran un compromiso real con sus consumidores; por otro lado, es una realidad satisfactoria que todas las empresas respetan los derechos humanos. Se sugiere que las empresas que no practican la RSE comiencen a hacerlo y aquellas que sí lo hacen den un paso hacia delante en el desarrollo de una concepción más integral.

Palabras clave: responsabilidad social empresarial, orígenes, recursos y acciones.

Abstract

THE BEHAVIOR OF FIRMS IN THE METROPOLITAN AREA OF THE CITY OF MÉRIDA FROM THE POINT OF VIEW OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

Venezuelan society requires the strategic alliance between private and public actors, including organizations with purposes and without profit, to overcome social problems. Therefore, our study addressed the Corporate Social Responsibility (CSR) of companies located in the metropolitan area of the city of Merida and analyzed the types of criteria, actions and areas related to CSR implemented by these companies during the first half 2007. The research was deductive, analytical and descriptive, documentary and field, required for the application of semi-structured interview and questionnaire. As general conclusions, half of the firms surveyed engaged in CSR, the resources that they invest mostly directly, in the internal dimension perform actions, but do not have the strategic vision and real commitment to do so, in terms external dimension only half are committed to do with local communities and interest groups only demonstrate a real commitment to its customers, on the other hand, is a successful reality that all companies respect human rights. It is suggested that companies do not practice RSEcomiencen to do so and those who do take a step forward in the development of a more integral.

Keywords: corporate social responsibility, sources, resources and actions.

* Investigación presentada y aprobada por la magister Karelly Paredes León como requisito de mérito parcial para la obtención de grado Magister Scientae en Administración en el Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial (CIDE-FACES) de la Universidad de los Andes, bajo la tutoría de la profesora María Inés Hernández de Padrón.

** Licenciada en Administración de Empresas y en Contaduría Pública. Magister Scientae en Administración Mención Gerencia General. Profesora asistente adscrita a la cátedra de Gerencia General y de los Recursos Humanos. FACES Universidad de los Andes.

Introducción

En el contexto internacional organizaciones como las Naciones Unidas han liderado y promovido ideas acerca de que el desarrollo económico no puede seguir haciéndose a costa de degradar irreversiblemente los sistemas vitales que soportan el funcionamiento y bienestar de la sociedad. Es decir, es necesario compensar lo que las empresas han tomado de la naturaleza y de las comunidades en las que operan.

Producto de estas acciones sociales de las empresas comprometidas con el desarrollo sostenible ha surgido el concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Lo que significa invertir tiempo, talento y recursos para la construcción de un futuro de mayores oportunidades para todos; invertir en la gente para ser protagonistas del cambio; integración y vinculación con la comunidad; desafiar la creatividad de la gente para identificar los problemas que aquejan a su comunidad y proponer alternativas para su solución. Esta inversión en tiempo, talento y recursos debe realizarla cualquier empresa indistintamente de su tamaño y/o del sector económico al que pertenece.

Son diversos los grupos de interés que se benefician de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, entre ellos, los accionistas, por cuanto, la Responsabilidad Social favorece la sostenibilidad del negocio y la rentabilidad de las acciones; así mismo, garantiza a los trabajadores condiciones laborales adecuadas y oportunidades de crecimiento personal, familiar y profesional; de igual manera los proveedores se sirven de la demanda de sus bienes y servicios y de la asignación de capital de riesgo. Los clientes consumen o utilizan

productos y servicios a precios competitivos y de excelente calidad, y la comunidad se favorece porque las empresas responsables socialmente promueven el cuidado y el respeto por el medio ambiente. La industria aprovecha la participación de las empresas en los asuntos gremiales, y por último, el Estado se beneficia de las acciones de corresponsabilidad y participación.

Internacionalmente muchas son las empresas que han apoyado acciones de Responsabilidad Social Empresarial, por citar algunas: **Telvill**, empresa ubicada en Liminka, Hungría, considera que la protección del medio ambiente, la creación de un buen entorno de trabajo y la mejora del nivel de vida son necesarias e importantes para la viabilidad de la empresa. **Hewlett Packard de México SA CV**, contrata a minusválidos, apoyando proyectos ecológicos y realiza aportaciones en especie para importantes proyectos en el campo de la salud.

En Venezuela, existen experiencias tales como: **El fondo social de CANTV**, creado en 1997, el cual dirige su acción hacia los niños y jóvenes que se encuentran en situación de riesgo social. **Banesco**, tiene como estrategia aplicar su Responsabilidad Social Empresarial en proyectos educativos.

De igual manera en Mérida, **Laboratorios Valmorca** ha apoyado a diversas organizaciones tanto a nivel nacional como regional, a través de la donación de recursos financieros o de medicamentos a instituciones educativas, culturales, sociales y deportivas.

Es dentro del ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial donde se ubica nuestro objeto de estudio, el cual busca explorar

y evaluar la actuación de las empresas del área Metropolitana de la ciudad de Mérida desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Empresarial. Y para ello se analizan los criterios, acciones y ámbitos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, implementados por las empresas del área Metropolitana de la ciudad de Mérida durante el primer semestre del año 2007.

El presente estudio, por tanto, incluye la identificación de aquellas empresas que practican la Responsabilidad Social Empresarial con su respectiva evaluación de orígenes, recursos, y acciones tomadas, las que tienen propósitos e intenciones de aplicarla; y las razones que impiden a ciertas empresas practicar acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

Se espera que esta investigación represente un aporte al conocimiento de esta temática, más aún si vemos, como en el caso de Venezuela, que existen poquísimos trabajos de investigación en esta área; así mismo, que sea significativo el aporte que dará a las comunidades del área Metropolitana de la ciudad de Mérida que al igual que el resto de Venezuela, requieren de la alianza estratégica entre los agentes privados y públicos, entre organizaciones con fines y sin fines de lucro, para superar de manera permanente y significativa la problemática social. De igual modo, que sirva de invitación al resto de empresas que aún no la practican, para que comiencen a hacerlo y las que ya se han iniciado profundicen en ese ámbito, debido a que la sociedad requiere de la responsabilidad social empresarial para impulsar acciones que contribuyan con el desarrollo sostenible de la humanidad

Planteamiento del problema

Desde la Cumbre Internacional de Estocolmo en 1972, organizaciones internacionales como las Naciones Unidas han liderado y apoyado ideas acerca de que el desarrollo económico no puede seguir haciéndose a costa de degradar irreversiblemente los sistemas vitales que soportan el funcionamiento y bienestar de la sociedad.

En la sede de las Naciones Unidas en julio de 2000 fue puesto en marcha oficialmente el Pacto Mundial¹, el cual hace un llamado a las empresas para que adopten nueve principios universales en los ámbitos de los derechos humanos, las normas laborales y el medio ambiente.

Bajo la premisa de retribuir a la naturaleza y a la sociedad lo que las empresas han tomado de ellas, surge la formulación del desarrollo sostenible, siendo la más aceptada la de las Naciones Unidas: *“la satisfacción de las necesidades de la presente generación no deben menoscabar el derecho de las futuras generaciones a satisfacer sus propias necesidades”*. (El Pacto Mundial, Naciones Unidas, 2001, p. 1).

En el contexto internacional, y en un todo de acuerdo con lo establecido en el Pacto Mundial, muchas empresas y organizaciones han impulsado proyectos dirigidos a apoyar a diversas comunidades bajo el principio del no lucro. Entre las acciones emprendidas se destacan las siguientes: promoción de proyectos ecológicos y de nutrición, participación en

¹ El pacto agrupa a empresas, asociaciones internacionales de trabajadores y organizaciones no gubernamentales con organismos de las Naciones Unidas y otras instancias para fomentar la colaboración y crear un mercado mundial más equitativo con cabida para todos. Su objetivo, dice el secretario general Kofi Annan, es que la adopción de valores y principios compartidos den un rostro humano al mercado mundial. (Publicado por la Oficina del Pacto Mundial, Naciones Unidas, 2001, pp. 1-2).

programas de becas universitarias; aporte de recursos económicos y materiales; desarrollo de software especializado para dar oportunidades de empleo a ciegos y débiles visuales, (IBM de México S.A.); reforzamiento de la identidad nacional, participación activa a través de sus directivos en organizaciones de la sociedad civil, y/o creación de fundaciones para la atención de los problemas más urgentes de las comunidades cercanas a las empresas.

En este orden de ideas A. Olabe (2002) advierte:

En la sociedad de mercado la empresa es la unidad básica de organización económica. El avance de la sociedad hacia el desarrollo sostenible no sólo es impensable que pueda hacerse contra las empresas, es impensable que pueda realizarse sin las empresas. Las empresas son el motor central de desarrollo económico y deben ser, también, un motor vital del desarrollo sostenible. Para ello, es imprescindible que la empresa defina adecuadamente su relación con la sociedad y con el medio ambiente. (p. 3).

Esta acción social de las empresas comprometidas con el desarrollo sostenible, es lo que se ha denominado Responsabilidad Social Empresarial (RSE)², o Responsabilidad Social Corporativa (RSC), la cual se concreta a través de tres vectores fundamentales y dinámicos –económico, ambiental y social–, y que según A. Olabe (2002), lejos de estar en contradicción unos con otros, deben apoyarse.

De acuerdo con lo anterior, Responsabilidad Social Empresarial significa invertir tiempo, talento y recursos para la construcción de un futuro de mayores oportunidades para todos;

es invertir en la gente para ser protagonistas del cambio; es integración y vinculación con la comunidad; es desafiar la creatividad de la gente para identificar los problemas que aquejan a su comunidad y proponer alternativas para su solución. Es la participación activa de los diferentes actores sociales, políticos y económicos, para la adopción de políticas y prácticas encaminadas al mejoramiento continuo y definitivo de la comunidad en la que operan.

Esta inversión en tiempo, talento y recursos debe realizarla cualquier empresa indistintamente de su tamaño; al respecto, la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), afirma que el aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo (p. 7).

Ahora bien, las acciones y/o programas de responsabilidad social empresarial, se pueden evaluar o auditar a través del instrumento denominado Balance Social, y/o a través de diversos indicadores que pueden formar parte de dicho balance para ser analizados y evaluados bien en su conjunto o de forma independiente.

En Venezuela, muy pocas son las empresas que han venido desarrollando y mostrando su Balance Social; es por ello, que en cualquier evaluación sobre Responsabilidad Social Empresarial en nuestro país, se torna bastante difícil y complejo, por no decir imposible, la evaluación de la RSE a partir del Balance Social de las empresas, razón por la cual, en la actualidad es más ventajoso y provechoso, evaluar la misma a partir de indicadores.

² Para esta investigación hemos optado la denominación de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

En esta investigación en particular, la selección de los tipos de variables e indicadores utilizados –y que son el punto de partida para la formulación del cuestionario– han sido escogidos primeramente sobre la base conceptual de Responsabilidad Social Empresarial, y de la estructura que en el Libro Verde³ denominado *Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, presenta la Comisión de las Comunidades Europeas, al fin y al cabo, esta estructura de dos grandes dimensiones se desprende del concepto de Responsabilidad Social Empresarial.

Dimensión interna

Dentro de la empresa, la responsabilidad social empresarial, comprende especialmente a los trabajadores, en aspectos tales como a) *gestión de recursos humanos*, b) *la salud y la seguridad*, y c) *la adaptación al cambio*, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con d) *la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales* utilizados en la producción y en las operaciones. Los cuales abren una vía para administrar el cambio y conciliar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.

Dimensión externa

Lejos de circunscribirse al perímetro de las empresas, la responsabilidad social se extiende

hasta las a) *comunidades locales* e incluye, además de los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: b) *socios comerciales, proveedores y consumidores*, autoridades públicas y ONG defensora de c) *los derechos humanos* y de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente, tales como d) *los problemas ecológicos mundiales*.

Es dentro del ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial donde se ubica nuestro objeto de estudio, el cual busca explorar y evaluar la actuación de las empresas del área Metropolitana de la ciudad de Mérida⁴ desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Empresarial. Y para ello se analizan los criterios, acciones y ámbitos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, implementados por las empresas del área Metropolitana de la ciudad de Mérida a mediados del año 2007. Para la selección de la población y la determinación de la muestra objeto de estudio se utilizará el listado de afiliados a la Cámara de Comercio del estado Mérida, siendo este el gremio más representativo que agrupa a los empresarios del estado Mérida, por un lado; y por el otro, es el listado de empresas que constantemente se está actualizando.

Para una mejor comprensión de nuestro objeto de estudio nos hicimos las siguientes preguntas: ¿es qué existen algunas empresas en el área Metropolitana de la ciudad de Mérida que practican la Responsabilidad Social Empresarial?; si ello es así, ¿cuál es el origen, los tipos de recursos utilizados y cuál

3 El 18 de Julio de 2001, la Comisión de las Comunidades Europeas presentó un libro verde denominado “Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas”. El cual tiene por objeto iniciar un amplio debate sobre cómo podría fomentar la Unión Europea la responsabilidad social de las empresas a nivel europeo e internacional. Comisión de las Comunidades Europeas. Bruselas, 18.7.2001. Las explicaciones relacionadas con el Libro Verde serán objeto de una exposición y análisis detallado en el marco metodológico.

4 El área Metropolitana de la Ciudad de Mérida, comprende los municipios Libertador (ciudad de Mérida), Campo Elías (ciudad de Ejido) y Santos Marquina (Tabay).

es el área o el ámbito donde actúan?; ¿cuáles son las razones que argumentan aquellas empresas para practicar la responsabilidad social y aquellas que no la practican?

Objetivos

General

Analizar los criterios, recursos y acciones relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial, implementados por las empresas establecidas en el área Metropolitana de la ciudad de Mérida.

Específicos

1. Elaborar un mapa que identifique: primero, aquellas empresas que practican la RSE; segundo las que tienen propósitos e intenciones y tercero las que tienen desconocimiento del tema.
2. Evaluar el origen, recursos, y las acciones tomadas por las empresas que en el área Metropolitana de la ciudad de Mérida practican la RSE.
3. Conocer las razones que impiden a ciertas empresas practicar acciones de RSE.

Justificación

Frente a una situación de deterioro social como ha sido documentada por la Organización de las Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), por el instituto Nacional de Estadística de Venezuela y empresas encuestadoras como Datanálisis y CECA Cifras Online Group, se hace imperativo realizar investigaciones que indaguen y evalúen la actuación que, en cuanto a responsabilidad social empresarial se refiere, llevan a cabo las empresas, en particular las ubicadas en el área Metropolitana de la ciudad de Mérida. En

ese sentido, este trabajo representa un aporte al conocimiento de esta temática, más aún si vemos, como en el caso de Venezuela, que existen poquísimos trabajos de investigación en esta área. Por tanto, nuestro trabajo adquiere desde esa perspectiva pertinencia y justificación.

De igual manera, es significativo el aporte que esta investigación dará a las comunidades del área Metropolitana de la ciudad de Mérida que al igual que el resto de Venezuela, requieren de la alianza estratégica entre los agentes privados y públicos, entre organizaciones con fines y sin fines de lucro, para superar de manera permanente y significativa la problemática social. Lo cual solo se logrará de forma consistente cuando los agentes privados y públicos, así como las comunidades se percaten de todos los beneficios y ventajas que se pueden obtener de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

Por su parte, un trabajo de esta naturaleza invita al resto de empresas que aún no la practican, para que comiencen a hacerlo y las que ya se han iniciado, profundicen en ese ámbito, debido a que la sociedad requiere de la responsabilidad social empresarial para impulsar acciones que contribuyan con el desarrollo sostenible de la humanidad.

Enfoque metodológico

En concordancia con nuestro marco teórico y los objetivos, la investigación que presentamos se caracteriza por ser una investigación de carácter deductivo, analítica-descriptiva, de tipo documental y de campo, enmarcada dentro de un estudio de caso de carácter micro social. Las técnicas o herramientas metodológicas

utilizadas en esta investigación son: el arqueo bibliográfico, la entrevista semi-estructurada y el cuestionario.

El universo investigado está limitado en el tiempo y el espacio. Se investigan los primeros seis meses del año 2007 y abarca sólo a las empresas localizadas en la zona metropolitana de la ciudad de Mérida- Venezuela.

La población que se utilizó para el desarrollo de la investigación, en especial para la aplicación del cuestionario fue el listado de afiliados a la Cámara de Comercio e Industria del estado Mérida al mes de junio del 2007, por cuanto es el único listado de empresarios que se encuentra actualizado. Dicho listado mostraba para la fecha trescientos veintisiete (327) empresas cuyo domicilio era la zona metropolitana de la ciudad de Mérida.

La muestra fue seleccionada de acuerdo al muestreo aleatorio simple dado que todas las empresas tienen la misma probabilidad de ser seleccionadas, por cuanto, sin importar el tamaño o rubro a la que se dedica cualquier empresa puede ser responsable socialmente⁵. El tamaño de la muestra fue de cincuenta y cuatro (54) empresas.

Análisis e interpretación de los resultados

a. La práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas ubicadas en la zona metropolitana de la ciudad de Mérida

Las 54 empresas dan una muy buena idea de las tendencias en la práctica de

Responsabilidad Social Empresarial en las empresas ubicadas en la zona metropolitana de la ciudad de Mérida, pues pertenecen a varios sectores de la economía merideña, tales como comercializadora de cauchos, fertilizantes y materiales para la agroindustria, alimentos y bebidas, licores, gas doméstico e industrial, materiales para la construcción, concesionarios de automóviles, ferreterías, servicio funerarios, estaciones de servicio, constructoras, entidades financieras, hoteles, inmobiliarias y empresas publicitarias.

Como se evidencia en el Gráfico N°1 un 57% o lo que representa en términos absolutos 31 empresas, practican la Responsabilidad Social Empresarial, mientras que 23 empresas no la practican. Este resultado es bastante alentador; por un lado, debido al hecho de que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una noción que comienza a ser desarrollada en el ámbito económico y empresarial a partir de la década de los ochenta, es decir, es de reciente data; y por el otro, en Mérida la mayoría de las empresas son medianas, pequeñas o micro.

Gráfico 1 >>>



Fuente: Elaboración propia, con base en datos obtenidos por el autor.

⁵ La Comisión de las Comunidades Europeas (2001), afirma que el aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de trabajo (p. 7).

En el siguiente mapa de la zona metropolitana de la ciudad de Mérida, podemos observar la ubicación de las empresas entrevistadas que la practican y las que no la practican.

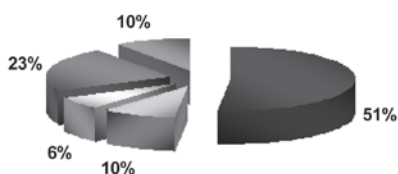
b) Origen, los tipos de recursos y las acciones tomadas por las empresas que en el área metropolitana de la ciudad de Mérida practican la RSE

Origen

De las empresas que practican la RSE un 51% invierte en nombre propio los recursos para apoyar dichas acciones, 23% lo realiza a través de aportes propios en conjunto con sus gerentes, 10% por medio de aportes de los accionistas o directivos, en igual proporción de empresas los recursos que invierten en dichas acciones provienen de sus accionistas y del capital de la empresa y un 6% de las empresas afirmó que los recursos aportados provienen de los gerentes en alianza con los accionistas. (Gráfico 2)

Gráfico 2 >>>

El origen de los recursos invertidos en las acciones de RSE son de:



■ LA EMPRESA
 ■ GERENTES Y ACCIONISTAS
 ■ EMPRESA Y ACCIONISTAS
 ■ LOS ACCIONISTAS/DIRECTIVOS
 ■ EMPRESA Y GERENTES

Fuente: Elaboración propia, con base en datos obtenidos por el autor.

Tipos de recursos y las acciones tomadas por las empresas que en el área metropolitana de la ciudad de Mérida practican la RSE

Antes de presentar estos resultados, es oportuno destacar que la manera, intensidad y temporalidad de la inversión que la empresa realice, dependerá fundamentalmente de tres factores; a saber, la concepción acerca de la RSE e intereses estratégicos de la empresa y sus directivos, las capacidades de inversión que posea, y las particularidades y requerimientos de la comunidad en la que opera. Es por ello, que ninguna empresa es más o menos responsable por la diversidad y cantidad de inversiones que realice, sino por los beneficios reales y la satisfacción de necesidades que perciban los grupos de interés con los que se interrelaciona. En consecuencia, no cabe comparación entre las empresas para hacer un ranking de las más responsables si para ello no se han tomado en cuenta los tres factores indicados anteriormente.

Dimensión interna

Gestión de los recursos humanos:

en cuanto a la formación permanente un 84% de las empresas apoya las iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas con la empresa, mientras que un 50% destina anualmente determinado monto para la capacitación de sus empleados.

En el ámbito referido al mejoramiento de la información en el interior de la empresa, un 90% de las empresas brinda a los trabajadores

información sobre los objetivos estratégicos, y un 71% lo hace sobre la producción de bienes o la prestación de servicios; y un promedio que oscila entre 50% y 59% realizan evaluaciones sobre la percepción de la empresa por parte de los trabajadores, de satisfacción sobre el ambiente laboral en la empresa y entre los trabajadores; sin embargo, un 81% no brinda a los trabajadores información financiera y contable y un 53% no realizan evaluaciones sobre el desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados.

Con relación al equilibrio entre trabajo, familia y ocio que deben garantizar las empresas, un 71%, lo que representa la mayoría de las empresas entrevistadas, lo hace fundamentalmente a través de la generación de actividades de esparcimiento y recreación en las cuales participan los trabajadores y sus familiares; sin tomar en cuenta otras maneras de garantizar el equilibrio, tales como la promoción de planes vacacionales y de recreación para los trabajadores y sus familiares, apoyo a las familias de los trabajadores a través de convenios, programas, acuerdos especiales en el área de la salud, educación, vivienda, alimentación y guardería. Por otro lado, ninguna de las empresas entrevistadas consideró la contratación no discriminatoria y la igualdad de retribución y de perspectivas profesionales para las mujeres, como otro de los aspectos y no menos importante para ser responsablemente considerado en el ámbito de la gestión de los recursos humanos.

Por último, la participación en los beneficios o en el accionariado de la empresa la evaluación arrojó resultados parejos pero a su vez contradictorios, dado que un 62% de las empresas poseen un programa de incentivos por el desempeño individual de

sus trabajadores, seguido de un 56% que incentiva por el desempeño en equipo de sus trabajadores. Mientras que un 65% de las empresas no otorgan a sus trabajadores un porcentaje de participación en los resultados. Y esta escasa participación de los trabajadores en los resultados de la empresa es consecuente con la poca o nula información financiera y contable que la empresa suministra a sus trabajadores. Lo cual indica una debilidad en las empresas consultadas: no existe a plenitud en la gestión de recursos humanos una concepción integral y sistémica de cómo debe operar la responsabilidad social empresarial para la obtención de resultados verdaderamente perdurables.

Salud y seguridad en el lugar de trabajo: El estudio revela que la mayoría de las empresas entrevistadas consideran fundamental garantizar condiciones de salud y seguridad en el lugar de trabajo y a sus trabajadores; como lo evidencia el 84,37% de las empresas que poseen un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, un 71% contempla en el presupuesto un monto destinado a la prevención de salud, higiene y seguridad, un 59% posee programa de capacitación en salud, higiene y seguridad y un 68% se preocupa por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales; sin embargo, este último aspecto no es aplicado en las empresas en los casos de embarazo por cuanto solo el 40% otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en dichos casos. Por otro lado, solo el 31% de las empresas considera dentro del plan de compensaciones de sus trabajadores beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y sus familiares.

En momentos de crisis empresarial y adaptación al cambio: las empresas entrevistadas demostraron que más de un 62% utiliza al menos tres de las seis alternativas para manejar los momentos de crisis empresarial y adaptación al cambio, y un 40% de las empresas maneja otra alternativa como lo es la búsqueda de fórmulas que eviten el despido masivo, lo que traduce que las empresas consultadas se preocupan por los momentos de crisis empresarial y adaptación al cambio, como lo refleja el siguiente gráfico.

Gestión de impacto ambiental y de los recursos naturales: En este aspecto de la dimensión interna los resultados son bastantes positivos; el 75% de las empresas mejoran los impactos de la misma en la comunidad próxima, más allá de las regulaciones existentes (ruidos, olores, movimientos de maquinaria, equipos y vehículos) y lo más alentador es que el 90% coinciden en que el cuidado del medio ambiente forma parte del compromiso de la empresa, y lo formalizan a través de la capacitación a sus integrantes en temas medioambientales, participación en alianzas con otras organizaciones para el desarrollo de acciones a favor del cuidado del medio ambiente, inversión de recursos orientados a la preservación medioambiental, contratación solo de proveedores que compartan con la empresa la práctica de políticas respetuosas del medio ambiente, promoción del reciclado de insumos y otros productos, promoción del uso de los combustibles menos contaminantes, utilización mínima de productos tóxicos en la empresa, e implementación de procesos para la deposición adecuada de los residuos generados por la actividad de la empresa.

Dimensión externa

Comunidades locales: el estudio reveló que tan solo el 50% de las empresas están comprometidas, mientras que el 37,5% no lo están y peor aún, el 12,5% considera que no aplica; deduciéndose quizás de estas dos últimas respuestas la concepción de que la empresa no tiene por qué estar comprometida con la comunidad.

Ahora bien, si nos vamos al detalle, ese 50% que sí está comprometido con la comunidad lo hace a través de colaboración con organizaciones de defensa del medio ambiente, patrocinio de actividades deportivas o culturales en el ámbito local, realización de donaciones para acciones de interés general, donaciones en efectivo, donaciones de producto, voluntariado corporativo, alianzas temporales, convenios interinstitucionales, asociaciones empresariales, programas sociales, y fundaciones corporativas.

Socios comerciales, proveedores y consumidores: en este aspecto de la dimensión externa se observa que las empresas entrevistadas procuran en su mayoría mantener excelentes relaciones responsables con sus consumidores, como lo demuestran las siguiente proporciones: 96,87% de las empresas considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios, 87,09% considera los requerimientos de clientes con capacidades diferentes, mientras que 84,37% posee un proceso de reclamaciones ágil y accesible.

En este mismo sentido, 56,25% posee políticas transparentes en la comunicación

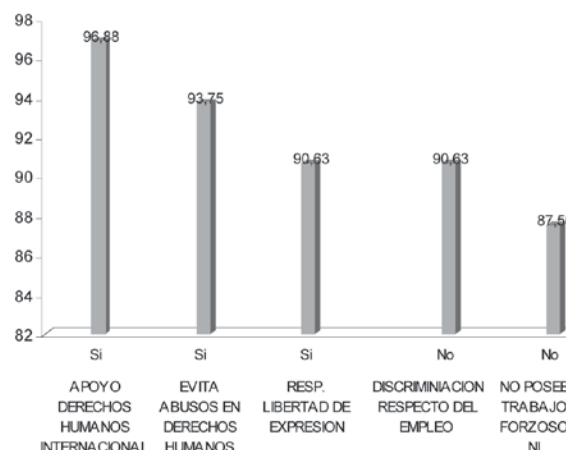
de la información a los consumidores de las especificaciones, precios y condiciones de comercialización, así como los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece, al tiempo que 53,12% ejecuta planes de capacitación a todo su personal dedicado a la atención al cliente; y 56,25% tiene políticas de comunicación y difusión hacia lo externo y las mismas son congruentes con los valores éticos y morales de la empresa.

Sin embargo, tan solo 50% de las empresas realiza de manera oportuna una consulta de satisfacción a sus socios comerciales, proveedores y consumidores y 46,87% comparte con todos los integrantes de la organización la opinión de sus clientes-consumidores.

Por último, la selección de los proveedores no se da por medio de concursos y no toman en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social Empresarial, por cuanto, apenas el 3% respondió de manera afirmativa a esta proposición. Estos resultados demuestran una escasa visión integral, que las empresas consultadas poseen acerca de las acciones de responsabilidad social empresarial en su dimensión externa, particularmente con sus socios comerciales, proveedores y consumidores.

Derechos humanos: es una realidad satisfactoria que todas las empresas respetan y promueven los derechos humanos, como lo demuestra el siguiente gráfico de barras.

Gráfico 3 >>>

Derechos humanos

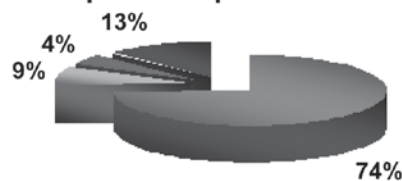
Fuente: Elaboración propia, con base en datos obtenidos por el autor

c) Razones que impiden a ciertas empresas practicar acciones de RSE

La principal razón por la cual no la practican es porque desconocen el tema, seguido por la concepción de que no la practican porque no reciben beneficios por aplicarla.

Gráfico 4

¿Cuáles son las razones por las que la empresa no practica la RSE?



- DESONOCE EL TEMA
- LAS ACCIONES DE RSE SON CONTRARIAS A LOS INTERESES DE LA EMPRESA
- SOLO PUEDEN APLICARLAS LAS CORPORACIONES Y GRADES EMPRESAS
- LA EMPRESA NO RECIBE BENEFICIOS POR APLICARLA

Fuente: Elaboración propia, con base en datos obtenidos por el autor.

Conclusiones

La práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas ubicadas en la zona metropolitana de la ciudad de Mérida.

El hecho de que un 57% de las empresas entrevistadas practiquen la Responsabilidad Social Empresarial es bastante esperanzador; por dos razones: la primera debido al hecho de que es una noción que comienza a ser desarrollada a partir de la década de los ochenta, es decir, es de reciente data; la segunda, la mayoría de las empresas ubicadas en Mérida son medianas, pequeñas o micro, y estudios realizados en otros países latinoamericanos tales como Colombia y Brasil –referidos en este trabajo de investigación– reflejan que una de las principales razones por las cuales las empresas no la practican es porque dichas acciones solo le corresponden a grandes empresas y/o corporaciones.

Origen, los tipos de recursos y las acciones tomadas por las empresas que en el área metropolitana de la ciudad de Mérida practican la RSE

Origen

De acuerdo con los datos obtenidos podemos concluir que aproximadamente un 84% de las empresas invierte recursos de forma directa bien sea en nombre propio y/o en conjunto con accionistas y/o gerentes.

Es decir, que en la mayoría de las acciones tomadas siempre la empresa aporta recursos.

Tipos de recursos y las acciones tomadas por las empresas que en el área metropolitana de la ciudad de Mérida practican la RSE

Dimensión interna

Gestión de los recursos humanos:

Las oportunidades que tienen las empresas para actuar responsablemente ante su recurso humano son lo suficientemente variadas, y esto les permite no solo obtener una buena calificación al momento de una evaluación por parte de terceros, sino la posibilidad de atraer y mantener personal cualificado.

Los resultados arrojados por el estudio demuestran que las empresas entrevistadas tienen la intención de ser responsables socialmente con su recurso humano, mas no tienen la visión estratégica y el verdadero compromiso de hacerlo; ejemplo de ello, es que solo la mitad de las empresas destina anualmente un determinado monto para la capacitación de sus empleados, la mayoría prefiere apoyar al empleado en iniciativas individuales de capacitación. De igual modo, la mayoría brinda información a los trabajadores sobre los objetivos estratégicos, producción de bienes o la prestación de servicios, pero en igual proporción no brinda información sobre la situación financiera y contable de la empresa, en otras palabras, les indican a los trabajadores qué hacer pero no les brindan retroalimentación de cómo lo han hecho y cuáles han sido los resultados, debido quizás a que un número importante de empresas no otorga a sus trabajadores porcentaje de participación en los beneficios a sus empleados.

Así mismo, no existe mayor participación de la empresa para garantizar el equilibrio entre trabajo, familia y ocio; ya que solo lo hacen a través de la generación de actividades de esparcimiento y recreación en las cuales participan los trabajadores y sus familiares, sin

tomar en cuenta otras maneras de garantizar el equilibrio, tales como la promoción de planes vacacionales y de recreación para los trabajadores y sus familiares, apoyo a las familias de los trabajadores a través de convenios, programas, acuerdos especiales en el área de la salud, educación, vivienda, alimentación y guardería.

De igual manera, ninguna de las empresas entrevistadas consideró la contratación no discriminatoria y la igualdad de retribución y de perspectivas profesionales para las mujeres, como otro de los aspectos y no menos importante para ser responsable en el ámbito de la gestión de los recursos humanos; siendo estas prácticas fundamentales para conseguir los objetivos de reducción del desempleo, aumento de la tasa de empleo y lucha contra la exclusión social.

Salud y seguridad en el lugar de trabajo: la mayoría de las empresas entrevistadas consideran fundamental garantizar condiciones de salud y seguridad en el lugar de trabajo y a sus trabajadores; mas sin embargo, al ir al detalle de las acciones que realizan para garantizar dichas condiciones fácilmente se evidencia que no realizan acciones complementarias a las establecidas legalmente.

En momentos de crisis empresarial y adaptación al cambio: la mayoría de las empresas entrevistadas demostraron que utilizan al menos tres de las seis alternativas para manejar los momentos de crisis empresarial y adaptación al cambio; a saber, las empresas poseen políticas de retención de los empleados; al momento del despido la situación social del empleado es considerada; poseen un plan de apoyo para el momento de retiro de los trabajadores.

Gestión de impacto ambiental y de los recursos naturales: Las empresas mejoran los impactos de la misma en la comunidad próxima, más allá de las regulaciones existentes (ruidos, olores, movimientos de maquinaria, equipos y vehículos) y coinciden en que el cuidado del medio ambiente forma parte del compromiso de la empresa.

Dimensión externa

Comunidades locales: el resultado en este aspecto arroja que en igual proporción las empresas consultadas consideran importante comprometerse o no con la comunidad, lo cual es sumamente preocupante, por cuanto las comunidades son actores o grupos de interés fundamentales para el desarrollo y la sostenibilidad de las empresas, no solo por el hecho de que ellas son vecinas, sino porque en esas comunidades habitan empleados, consumidores, proveedores y socios de las empresas.

Sin embargo, esa mitad que sí está comprometida con la comunidad lo hace utilizando la mayoría, por no decir todo el abanico de opciones que le presenta la responsabilidad social empresarial.

Socios comerciales, proveedores y consumidores: en este aspecto de la dimensión externa se observa que las empresas entrevistadas se preocupan principalmente en mantener excelentes relaciones responsables con sus consumidores, y de manera secundaria con sus proveedores y socios comerciales; por ejemplo, la selección de los proveedores no se da por medio de concursos y no toman en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social Empresarial

Derechos humanos: es una realidad satisfactoria que todas las empresas respetan y promueven los derechos humanos, y lo formalizan a través del apoyo y respeto a la protección de los derechos humanos proclamados a nivel internacional; evitan verse involucradas en abusos a los derechos humanos; respetan la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva; no poseen formas de trabajo forzoso y obligatorio, ni trabajo infantil; no existe la discriminación respecto del empleo y la ocupación.

Razones que impiden a ciertas empresas practicar acciones de RSE

El hecho de que la mayoría de las empresas no practican la Responsabilidad Social Empresarial porque desconocen el tema o porque no reciben beneficios por aplicarla; demuestra una excelente oportunidad para comunicar acerca de los recursos, acciones que las empresas pueden llevar a cabo para actuar con responsabilidad social y los beneficios que genera tanto para las empresas y las comunidades en las que operan.

Recomendaciones

A continuación se formulan recomendaciones referidas a la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en las empresas ubicadas en la zona metropolitana de la ciudad de Mérida, con el fin de incorporarla e interiorizarla con fuertes arraigos en dichas empresas.

Aquellas empresas que no la practican, se sugiere que comiencen por establecer

un acuerdo acerca de la concepción de RSE e intereses estratégicos de la empresa, informarse respecto a las acciones que pueden desarrollar en función de las capacidades de inversión que posea, y las particularidades de la comunidad en la que opera para así poder establecer cursos de acción posibles en el tiempo. En la misma medida en que vayan ejecutando estos cursos de acción podrán ir acumulando conocimientos y experiencias acerca de cuál debe ser la actuación de la empresa en el ámbito de la Responsabilidad Social Empresarial.

Para aquellas organizaciones que ya practican la responsabilidad social empresarial, se sugiere que den un paso hacia delante en el desarrollo de una concepción más integral tanto con los intereses estratégicos de la empresa como de las características particulares de las comunidades; así como también, sensibilicen a todo el personal y accionistas a involucrarse en dichas acciones. Esto se logrará al tiempo que la Responsabilidad Social Empresarial forme parte de la cultura organizacional de la empresa, y por consiguiente, la hayan integrado en la gestión cotidiana de todos sus procesos, sus trabajadores y directivos.

Por último, se aconseja que todas las empresas responsables socialmente, que evalúen sus acciones en conjunto con los grupos de interés y comuniquen tanto las acciones como los resultados que ellas generen, considerando que esta es una de las mejores maneras para invitar a otras empresas a que desarrollen responsabilidad social empresarial.

Bibliografía >>

- ALIANZA SOCIAL VENAMCHAM. Directorio. (2003). Venezuela. VENAMCHAM.
- ALIANZA SOCIAL VENAMCHAM. (2002). *El éxito de las empresas es proporcional a su responsabilidad social*. Venezuela. Edit. Tiempo Banesco. Año 1 Número 3.
- Chacón, Carmen. (Octubre, 2001). *Libro verde de la responsabilidad social de las empresas*. www.mes-d.net/Responsa/Responsa126.html
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS. (2001) *LIBRO VERDE: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas <http://europa.eu.int/eur-lex/es/com/grp/2001>
- COMISIÓN EUROPEA. *Diez estudios sobre pymes de toda Europa que han incorporado la RSE en sus operaciones cotidianas*. http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign/documentation/download/cases_es.pdf
- Dávila, Elizabeth (2004, Enero). *Estrategias responsables*. Venezuela. Grupo Editorial Producto. Año 21. 249. pp. 78-81
- EuroCommerce y Uni-Europa Comercio. *Declaración común sobre la responsabilidad social de las empresas*. <http://www.union-network.org/UNISITE/Sectors/Commerce/Social>
- EL PACTO MUNDIAL. Oficina del Pacto Mundial. Naciones Unidas. (Enero, 2001). www.mes-d.net/articulos/Pacto_mundial.pdf
- Guerrero, Mauricio. Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (www.cemefi.org/e,presa/participa.htm)
- Kliksberg, Bernardo. (2004). *Más ética más desarrollo*. Temas Grupo Editorial. Aa.
- Marín, Carolina (2004 Enero). *Lo social en dos líneas*. Venezuela. Grupo Editorial Producto. Año 21. 249. pp. 70-71
- Márquez, Mirley. (2004, Abril 30). La responsabilidad como juguete. *Diario Frontera*. Suplemento trabajador de Sol a Sol. Mérida. Ediciones Occidente. Año XXV. p. 6.
- Morales, Mirelis. (2004, Abril 22). Polar fortalece actividades productivas de pequeños sectores. *Diario El Nacional*. Venezuela. Edit. El Nacional. Año LXI. p. 14. Cuerpo A.
- Morales, Mirelis. (2004, Marzo 24). \$200.000 invierte Diageo en proteger a los consumidores. *Diario El Nacional*. Venezuela. Edit. El Nacional. Año LXI. p. 15. Cuerpo A.
- Olabe, Antxon. (Junio 2002). *Indicadores de sostenibilidad en el ámbito de la responsabilidad social de la empresa*. www.mes-d.net/Responsa/Responsa121.html

- Ornelas, Elizabeth. (2004, Abril 25). Bandas desean entrar a Alcatraz. *Diario El Universal*. Venezuela. Edit. El Universal. Año XCV. p. 28. Cuerpo 2.
- Roche, Michelle (2004, Enero). *Los bancos apuntan a la educación*. Venezuela. Grupo Editorial Productor. Año 21. 249. pp. 74-76
- Rojas, Andrés. (2003, Mayo 25). Farmacias, panaderías y zapaterías emprenderán programas sociales. • *Diario El Nacional*. Venezuela. Edit. El Nacional. Año LX. p. 6. Cuerpo B.
- Sandoval, Wherter (2004, Marzo 11). Compromiso social de las empresas agrega valor a las comunidades. *Diario El Nacional*. Venezuela. Edit. El Nacional. Año LXI. p.15. Cuerpo A.
- Sulbarán, Pedro. (1995, Septiembre). El concepto de responsabilidad social de la empresa. *Economía nueva etapa*. Venezuela. FACES ULA. 10. pp. 225-246
- Sulbarán, Pedro. (1996, Julio). La dimensión ética de la empresa. *Economía nueva etapa*. Venezuela. FACES ULA. 12. pp. 162-175
- VENAMCHAM (2005). *Medición de resultados inversión social empresarial: caja de herramientas*.
- Vidal, Isabel. (2003). *Desarrollo sostenible, Responsabilidad Social Corporativa y Balance Social. Responsabilidad social en las Américas*. Venezuela. VENAMCHAM.
- Vidal, Isabel. (2002, Junio). *Reflexiones sobre la responsabilidad social como estrategia empresarial*. www.grupcies.com

<http://www.cemefi.org./empresa>

<http://www.datanalisis.com/investigaciones/detalles.asp?Cod=23>

<http://www.detuparte.org/Gobiernos.htm>

<http://www.elmundo.com.sv>

http://europa.eu.int/comm/enterprise/csr/campaign/documentation/download/cases_es.pdf

<http://anuv.tripod.com.ve./elpactomundial/>

<http://www.venamcham.org/Alianza>

<http://www.unice.org/>

<http://ces.org/>