



Visión Gerencial

ISSN: 1317-8822

revistavisiongerencial@gmail.com

Universidad de los Andes

Venezuela

Reinosa Pulido, Doris C.

Análisis de las Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial adoptadas Por "Mapa, C.A".

Visión Gerencial, núm. 2, julio-diciembre, 2013, pp. 377-394

Universidad de los Andes

Mérida, Venezuela

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545894006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Análisis de las Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial adoptadas Por “MAPA, C.A”.

Reinosad Pulido, Doris C.¹

Recibido: 20/04/2012

Revisado: 21/06/2013

Aceptado: 28/06/2013

Resumen >>

El objetivo de esta investigación fue analizar las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) adoptadas por “MAPA, C.A.”. Se realizó un estudio descriptivo, de campo. Las técnicas para la recolección de la información fueron la entrevista y la observación directa. El método utilizado fue una adaptación de la Matriz de Evaluación de Factores Internos y Externos propuesta por David (2008) que se utilizó para analizar las Dimensiones Internas y Externas de la RSE. Se concluyó que: (a) la RSE se encuentra presente en los elementos de la administración estratégica (visión y misión) de la empresa; (b) la evaluación de los factores internos (dimensión interna) mostro que el desempeño de la empresa se encuentra sobre el promedio, y el mayor compromiso se centra en el capital humano; (c) la evaluación de los factores externos (dimensión externa) también se encuentra ligeramente sobre el promedio y que el mayor compromiso se centra en el enlace con la comunidad.

Palabras clave: Responsabilidad Social Empresarial, Dimensiones de la RSE, Administración Estratégica, PYMES.

Abstract >>

AN ANALYSIS OF STRATEGIES OF SOCIAL RESPONSIBILITY IN BUSINESS ADOPTED BY MAPA C.A.

The aim of this investigation was to analyze the strategies of Corporate Social Responsibility (CSR) adopted by “MAPA, C.A.”. This was a descriptive study with a field design. The techniques for the collection of the information were the interview and the direct observation. The method applied was an adaptation of the Assessment Matrix of the Internal and External Factors proposed by David (2008) that was used in order to analyze the internal and external dimensions of the CSR. It was concluded that: (a) the CSR is presented in the elements of the strategic management (vision and mission) of the entity; (b) the assessment of the internal factors (internal dimension) showed that the performance of the entity is above average and the most important concern is centered on human capital; (c) the assessment of the external factors (external dimension) are slightly above the average and the most important concern is the connection with the community.

Key words: Corporate Social Responsibility, Dimensions of the CSR, strategic management, SMEs.

1 Profesora UNESUR, Magister. Email: reinosad@gmail.com y reinosad@unesur.edu.ve

1. Introducción

En el pasado, las empresas se preocupaban únicamente por generar beneficios económicos a sus accionistas, esto ha cambiado en el tiempo, y cada vez se les exige con mayor énfasis que se hagan partícipes de los problemas sociales. En la actualidad, las empresas (Guédez, 2006:165) no solo deben ser capaces de generar riqueza y de promover empleo, sino que además, deben atender a responsabilidades sociales y evaluar los impactos de su actividad en la sociedad. En consecuencia, ha surgido la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) definida en el Libro Verde de la Unión Europea como “la integración voluntaria, por parte de las organizaciones, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones y las relaciones con sus interlocutores”.

Ahora bien, es conveniente preguntarse por qué es necesaria la RSE? a continuación se expondrán algunas razones:

(1) **Problemas ambientales**, el acelerado proceso de industrialización y desarrollo de los sistemas de producción, ha tenido un elevado costo desde el punto de vista ambiental, causando problemas como el calentamiento global y contaminación (Trujillo y Vélez, 2006)

(2) **Problemas de estabilidad y seguridad laboral**, las empresas en búsqueda de la competitividad adoptaron estrategias que han incidido en una disminución drástica de las condiciones de empleo, lo que repercute negativamente en la relación empresa/trabajador (Peffer, 2000:23-25).

(3) **Violación de derechos humanos**, en el proceso de globalización, muchas empresas trasladaron sus estructuras productivas desde países como Europa o EEUU hacia nuevas zonas de producción en Asia, África y América Latina, donde existen evidencias de violación de los derechos humanos, tales como: trabajo infantil, explotación de la mujer, ambientes de trabajo en condiciones precarias (Fernández, 2005).

(4) **Problemas sociales**, en Latinoamérica se ponen en evidencia problemas críticos de la sociedad como: la pobreza, deserción estudiantil, desnutrición infantil, alta tasa de desempleo, precarios servicios de salud, adultos mayores sin protección, discriminación de género, maltrato a la mujer y a la familia, entre otros. (Klik-berg, 2005:27-29)

En ese sentido, Francés (2004) expone que cada vez son más las voces de los afectados, de los gobiernos, de las organizaciones no gubernamentales y de los propios mercados que están forzando una transformación hacia una mayor conciencia empresarial. Por todo lo expuesto, las empresas no pueden quedarse en prácticas de simple filantropía, debe existir un verdadero compromiso con los problemas sociales, por tanto, debe dirigir sus esfuerzos al logro de un Desarrollo Sustentable en el sentido original del Informe Brundtland “satisfacer las necesidades del presente sin comprometer las habilidades de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades”.

Si bien las prácticas de responsabilidad social no son nuevas, en los últimos años ha surgido en el ámbito mundial un marcado interés por parte de las grandes corporaciones en adoptar prácticas de RSE, esto se debe, a que han entendido, que ser socialmente responsable puede ser un factor de diferenciación de la competencia y convertirse en un elemento de competitividad. En ese sentido, los medios de comunicación juegan un importante papel, puesto que cualquier corporación que no sea socialmente responsable puede ser sometida al escrutinio público y ver afectada su reputación.

En Latinoamérica (Brooks y col., 2009) el tema de la RSE también ha tomado un interés creciente, principalmente en el sector académico y en las grandes empresas. Destacan las iniciativas emprendidas por centros o núcleos de promoción en países como Colombia, Argentina, México y Perú, sin embargo, la RSE no consigue extenderse y tener visibilidad.

Al igual que en muchos países latinoamericanos en Venezuela las experiencias en RSE aún son incipientes, aunque se pueden destacar los esfuerzos realizados por Empresas Polar, Banesco, BOD,

CANTV, entre otras. Para Paredes (2009) en Venezuela existen dificultades para evaluar los avances RSE debido a que muy pocas empresas publican balances sociales y ambientales.

Hasta ahora las prácticas de RSE se han dado principalmente en las grandes empresas y corporaciones internacionales, en consecuencia, Comisión Europea (2001) en comunicación de la relativa a la RSE resalta que es necesario fomentar la adopción de la RSE entre las Pymes, debido a que representan la mayoría de las empresas en Europa (y en el mundo), por lo tanto olvidarlas o dejarlas de lado constituye un grave error. Dicha Comisión señala, que en las Pymes las prácticas de RSE son esporádicas y dan pocos resultados, debido a la escasa sensibilidad y a la poca disponibilidad de recursos financieros, por otro lado los casos observados obedecen a la inquietud personal de los propietarios.

Granda y Rosales (2004:133) sostienen que es necesario ayudar a las Pymes a adoptar un enfoque estratégico de la RSE, y para ello es necesario fomentar el intercambio y difusión de buenas prácticas; así como, facilitar la cooperación entre las grandes empresas y las Pymes en la gestión de la RSE. En ese sentido, Alvarado (2008) enfatiza que existe un descuido de la academia en el estudio de las diferencias culturales existentes entre las grandes corporaciones y pymes, lo que ha acentuado las dificultades de las Pymes para implementar estrategias y acciones de RSE.

La empresa “Mapa, C.A.”, dedicada al beneficio de ganado vacuno, se encuentra ubicada en la Zona Sur del Lago de Maracaibo, región caracterizada por poseer un perfil eminentemente agropecuario, en consecuencia el sector empresarial (principalmente pymes) está orientado a la agroindustria. En la zona existen problemas sociales como: elevados índices de pobreza, gran cantidad de mano de obra extranjera ilegal (en muchos casos explotada), contaminación y degradación ambiental; y otros problemas, en cuya solución se podría contribuir favorablemente, si las empresas abordan un enfoque de RSE.

Mapa, C.A., inició sus prácticas de responsabilidad social en el año 2010, y hasta este momento no ha realizado ninguna evaluación las acciones de RSE emprendidas hasta el momento. En consecuencia, objetivo de esta investigación es analizar las prácticas de RSE emprendidas por la empresa Mapa C.A.

2. Consideraciones Teóricas

2.1 Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Entorno a la RSE existe un gran debate en cuanto al papel que deben desempeñar las empresas en la sociedad. A continuación se enuncian algunas definiciones de RSE; para el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) son prácticas de las empresas que tratan de evitar el daño al mismo tiempo que promueven el bienestar de los grupos de interés al acatar las regulaciones y normas vigentes, y yendo voluntariamente más allá de lo requerido.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) define la RSE como conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario

La Asociación Española de Contabilidad y Administración (2004) define la RSE como el compromiso voluntario de las empresas con el desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente, desde su composición social y un comportamiento responsable hacia las personas y grupos sociales con quienes se interactúa.

En conclusión, aunque una de las funciones principales de las empresas es obtener beneficios para sus propietarios, también, pueden contribuir voluntariamente a obtener objetivos sociales y ambientales, dichas actuaciones de RSE deben ser declaradas o comunicadas a sus interlocutores internos y externos. Al respecto Fernández (2005:3) enfatiza que “las empresas tienen la obligación de trabajar para conseguir una mejora en el bienestar social”.

2.2 Dimensiones de la RSE y los grupos de interés.

La RSE empresarial abarca dos dimensiones la interna y la externa; para Guédez (2006:78-79) la primera se refiere a la dinámica de las relaciones que se establecen en una entidad como resultado de la RSE hacia adentro. La segunda, tiene que ver, con las relaciones con el entorno que concreta a empresa a partir de la implementación de la RSE.

El término grupos de interés se deriva de la palabra anglosajona stakeholders, designada para identificar a todos los individuos, grupos u organizaciones que mantienen una relación directa o indirecta con la empresa. Éstos pueden verse afectados, positiva o negativamente, por las decisiones y acciones de la organización. Recíprocamente, los grupos de interés también pueden influir sobre la empresa en las distintas dimensiones de su funcionamiento. Es decir, son aquellos hacia los que la empresa tiene cualquier obligación moral.

Entonces, se podría establecer grupos de interés en las dos dimensiones de la RSE; en la dimensión interna se encontrarán los empleados, los accionistas y socios o aliados (empresas relacionadas), y en la dimensión externa a los clientes, consumidores, proveedores, competidores, comunidades, gobierno (local, regional y nacional), el sector financiero y cualquier otra.

2.3 RSE y Administración Estratégica

Una de las tendencias en materia de RSE indica que la misma debe formar parte de la Administración Estratégica de la empresa, definida por David (2008:5) como “la ciencia de formular, implementar y evaluar decisiones multifuncionales que le permitan a la organización lograr sus objetivos”. Para el autor la administración estratégica integra las diversas áreas de la organización; y se basa en un conocimiento de las debilidades y amenazas existentes, así como, aprovechar las fortalezas y oportunidades de la organización, con el propósito de crear nuevas posibilidades para el futuro.

Al respecto Guedez (2008:116) indica que la RSE puede ser vista como un modelo de gestión, y debe estar incorporada en la misión, visión y valores de la organización, así como en sus estrategias y en

su cultura organizacional. Siguiendo esa línea, Fernández (2005:13) argumenta que la RSE debe tenerse en cuenta al decidir cuestiones como el uso de energías renovables, el reciclado de desechos, o políticas de personal solidarias y respetuosas con los empleados.

Bajo este enfoque, la RSE debe ser asumida como parte de la práctica normal en la actividad empresarial, y constituir un elemento fundamental al momento de fijar las estrategias gerenciales, por lo tanto, es necesario destacar la importancia que reviste evaluar la RSE, tomando en consideración en primer lugar la integración de la RSE en la misión, visión, valores, políticas y normas existentes en la organización, y el cumplimiento del compromiso ético.

Otro elemento que permite la integración de la RSE y la administración estratégica es la forma de abordar la empresa, en ese sentido, la RSE comprende dos dimensiones de la empresa, una interna y otra externa; por su parte la administración estratégica requiere identificar las fortalezas y debilidades, así como las amenazas y oportunidades, pero lo cual, es necesario estudiar los factores internos y externos a la empresa que influyen en ellos. Estos enfoques guardan similitudes que facilitan la integración de la RSE a la administración estratégica.

2.4 RSE en las Pymes

Naharro (2005) expresa que las pymes se desenvuelven en un entorno empresarial y social en permanente evolución. El entorno de ayer, de mayor estabilidad, más desinformado, multinacional, donde privaba el gran tamaño empresarial, lo funcional, el control y la supervisión, la jerarquía y la tensión financiera; factores incidían negativamente en las pymes. Actualmente, existe un entorno dinámico y bien informado, global, donde pueden coexistir tanto las grandes empresas, como las muy pequeñas; donde es necesario la gestión del conocimiento y del talento humano, con prevalencia del trabajo en red y con amplia orientación al cliente, que ha generado una gran oportunidad de participación de las pymes.

Las pymes comprenden aproximadamente al 95% de las empresas, y de acuerdo a la Organización para la Cooperación y Desarrollo

Económico (OCDE), incluyen a las medianas empresas (de 50 a 250 trabajadores), las pequeñas empresas (de 10 a 50 trabajadores) y las microempresas (de 1 a 10 trabajadores). La Comisión Europea, exponen en el Libro Verde, que la puesta en práctica de la RSE 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 (2001:7).

En opinión de la funcionaria del Banco Interamericano de Desarrollo, Peinado-Vara (2005:35), las pymes tienen características particulares que deben ser tomadas en cuenta a la hora de analizar las formas de aplicar la RSE. Entre estas se encuentran: (a) poseen recursos monetarios más limitados, (b) en muchos casos son de carácter familiar, (c) son intensivas en cuanto al uso de mano de obra.

Para la funcionaria del BID, un enfoque hacia las prácticas responsables con los recursos humanos puede ser más efectivo, desde el punto de vista de ganancia de competitividad, que una acción que mejore la reputación de la marca, sobre todo para aquellas empresas que sean intensivas en mano de obra, produzcan bienes intermedios o commodities, donde el reconocimiento de marca no está lo suficientemente desarrollado. Esto no quiere decir que la mejora de la reputación no es importante para las pymes puesto que mejora las relaciones con las comunidades, los gobiernos locales y la sociedad civil y eso es importante para cualquier empresa, independientemente de su tamaño.

Adicionalmente, Peinado-Vara, enfatiza que las pymes tienen un ventaja frente a las grandes empresas, debido a que desarrollan sus actividades en un ámbito geográfico más reducido y permanecen más centrada en sus mercados locales, es por ello que tienen un mejor conocimiento de las comunidades, de sus problemas y los antecedentes y por ello conocen mejor que acciones pueden ser más efectivas para enfrentar esos problemas sociales.

Para Moneva y Hernández (2009) existen condiciones que favorecen la incorporación de la RSE en la gestión de las pymes, entre ellas:

1. Existe una relación directa de los directivos de las Pymes y los trabajadores, proveedores, clientes y autoridades, lo que conlleva a una mayor capacidad de dialogo con sus interlocutores.
2. Sus estructuras organizacionales más simples les permiten adaptarse de forma más rápida al cambio.
3. Debido a que las Pymes no perciben a la RSE como un riesgo para su imagen, se preocupan más por la motivación de los trabajadores y de la participación en la comunidad.

2.5 Relación empresa y sociedad

Para Guédez (2006:202-203) y (2008:135-137) las empresas han transitado una secuencia de etapas que han ido de enfoques menos comprometidos como la filantropía, hasta llegar la alianza social, pasando por enfoques intermedios como la inversión social. A continuación, se explica cada una de ellas.

La filantropía, se basa en el principio de dar sin recibir nada a cambio, y puede ser buena cuando atiende situaciones coyunturales, pero suele ser muy dañina cuando aborda realidades estructurales.

La inversión social, implica procesos que, a partir de determinadas realidades, promueven la transformación de condiciones (materiales) y de disposiciones (psicológicas) para crear valor y generar tasas de retorno tanto a quien da como a quien recibe, así como a la sociedad que le sirve de contexto; se puede decir, que guarda correspondencia con los impactos en el grupo o en la comunidad y con el retorno a la empresa..

La alianza social, se basa en la sostenibilidad en el tiempo en función del equilibrio económico, social y ambiental; visualiza necesidades reales y potenciales, por tanto se enfoca en resolver todo el problema y no solo una parte. Debe alinearse con los valores organizacionales, sin sacrificar los principios éticos en ninguna fase del esfuerzo. Por último promueve el compromiso e incentiva la responsabilidad.

Cuadro 1. >>>
Relación empresa y sociedad

Tipo de Relación	Filantropía	Inversión Social (Participación Puntual)	Alianza Social (Corresponsabilidad)
Descripción	Se limita a aportes y colaboraciones esporádicas.	Se circunscribe a financiar proyectos con principio y fin	Se enraiza con programas integrados de mutua responsabilidad
Criterio	Apoyo y asistencia	Cooperación	Responsabilidad Social
Vínculo	Dar-recibir	Alianza delimitada y circunscrita	Asociación, Integración
Operación	No implica esfuerzo operativo	Es solo de monitoreo y evaluación	Se concreta mediante equipos que comparten responsabilidades y tiempo
Compromiso	Bajo compromiso con los resultados de los aportes	Compromiso sintonizado con los objetivos perseguidos por el proyecto	Compromiso con el valor agregado de la sociedad
Finalidad	Ningún fin explícito	Solventar un problema determinado	Integrar esfuerzos inscritos en acepciones éticas y orientados hacia la elevación del capital social
Imagen	"Dar un pescado"	"Enseñar a pescar"	"Pesquemos juntos"

Fuente: Elaborado a partir de Guédes (2006) y (2008)

3. Aspectos Metodológicos

Tipo de investigación.

Se realizó una investigación descriptiva, de campo, no experimental. Las técnicas de recolección de la información fueron la entrevista y la observación. Como instrumentos se utilizó la guía de entrevista dirigida al gerente para obtener información general de la empresa y aplicar la herramienta de evaluación de las estrategias de RSE; y el registro de observación directa se empleó para constatar la presencia de elementos de la RSE en documentos oficiales de la empresa como la comunicación relativa a la visión, misión, código de ética y declaración de valores.

3.2 Herramienta para evaluar las estrategias de RSE en Pymes.

Se realizó una adaptación del método el Análisis de la Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE) y Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI) propuesto por David (2008), con el propósito de generar una herramienta para evaluar la Responsabilidad Social Empresarial en Pymes, para lograrlo se asimilaron los factores externos e internos de la administración estratégica a las dimensiones externas e internas de la RSE. A continuación se presenta la metodología utilizada:

Cuadro 2. >>>

Metodología para la evaluación de la Dimensión Externa

Matriz de evaluación de la dimensión externa (EDE)

Permite evaluar información económica, social, cultural, demográfica, ambiental, política, gubernamental, legal, tecnológica y competitiva: mediante la identificación de las oportunidades y amenazas.
1. Elaboración de indicadores: Se seleccionaron 12 para el caso de estudio
2. Clasificación de indicadores en oportunidades y amenazas.
3. Asignación de una ponderación a cada indicador: deben oscilar entre: 0,0 - No importante 1,0 - Muy importante La suma de todas las ponderaciones debía ser igual a 1,0.
4. Asignación a cada indicador de una puntuación entre 1 y 4. Donde: 4= la respuesta es superior al promedio 3= la respuesta es mayor al promedio 2= la respuesta es el promedio 1= la respuesta es deficiente
5. Se multiplica la ponderación de cada indicador por su puntuación para obtener una puntuación ponderada.
6. Interpretación de resultados (puntuación ponderada): Mayor a 2,5 – Respuesta superior al promedio. Las estrategias empleadas responden adecuadamente a las oportunidades y amenazas. Menor a 2,5 – Respuesta inferior al promedio - Las estrategias implementadas no están aprovechando las oportunidades ni contrarrestando las amenazas.

Fuente: Elaboración propia a partir de David (2008)

Cuadro 3. >>>

Metodología para la evaluación de la Dimensión Interna

Matriz de evaluación de la dimensión interna (EDI)	
Resume y evalúa las fortalezas y debilidades importantes en las áreas funcionales y constituye una base para identificar las relaciones entre ellas.	
1.	Elaboración de indicadores: Se seleccionaron 11 para el caso de estudio
2.	Clasificación de indicadores en fortalezas y debilidades.
3.	Asignación de una ponderación a cada indicador: deben oscilar entre: 0,0 - No importante 1,0 - Muy importante La suma de todas las ponderaciones debía ser igual a 1,0.
4.	Asignación a cada indicador de una puntuación entre 1 y 4. Donde: 4= fortaleza importante 3= fortaleza menor 2= debilidad menor 1= debilidad importante
5.	Se multiplica la ponderación de cada indicador por su puntuación para obtener una puntuación ponderada
6.	
7.	Interpretación de resultados (puntuación ponderada): Mayor a 2,5 – Respuesta superior al promedio. La posición interna de la empresa es fuerte. Menor a 2,5 – Respuesta inferior al promedio – La posición interna de la empresa es débil.

Fuente: Elaboración propia a partir de David (2008)

4. Resultados

4.1 Verificación de la presencia de la RSE en los elementos que integran la Administración Estratégica

Se constato si en los elementos Administración Estratégica de la empresa incluyen un enfoque de RSE

Cuadro 4. >>>
Presencia de la RSE en la Visión y Misión

Elemento a Administración Estratégica	Existe	Cumple con los criterios de RSE
Visión	Si	Si
Misión	Si	Si

Fuente: Elaboración propia

4.2 Verificación de la existencia de un sustento ético y su correspondencia con la RSE

Se constató si en la empresa existe un sustento ético con un enfoque de RSE

Cuadro 5. >>>
Presencia de sustento ético

Sustento Ético	Existe	Cumple con los criterios de RSE
Código de Ética	Si	Si
Declaración de Valores	Si	Si

Fuente: Elaboración propia

Evaluación de las Dimensiones Externa e Interna de la RSE

Se aplicaron las matrices diseñadas a tal fin, obteniéndose los siguientes resultados:

Cuadro 6. >>>
Matriz de evaluación de la Dimensión externa.

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LA DIMENSIÓN EXTERNA (EDE)					
	FACTOR EXTERNO CLAVE	PONDERACION	CLASIFICACIÓN	OPORTUNIDAD O AMENAZA	PUNTUACIÓN PONDERADA
	RELACIÓN CON LOS CLIENTES				
1	Precio justo	0,10	2	A	0,20
2	Calidad de bienes y servicios	0,15	3	O	0,45
3	Oferta de productos ecológicos	0,05	1	O	0,05
	RELACIÓN CON LOS PROVEEDORES				
4	Calidad de materias primas	0,10	2	A	0,10
5	Igualdad de oportunidades	0,03	3	O	0,09
	INFORMACIÓN Y TRANSPARENCIA				
6	Balance económico social ambiental	0,10	1	O	0,10
7	Información correcta, equitativa y justa	0,10	2	O	0,20
	PROBLEMAS AMBIENTALES MUNDIALES				
8	Apoyo a programas (nacionales o internacionales) para mejorar el ambiente	0,07	3	O	0,21
	CONUNIDADES LOCALES				
9	Integración de la empresa con los problemas de las comunidades	0,10	4	O	0,40
10	Continuidad de los programas	0,08	4	O	0,32
	DERECHOS HUMANOS				
11	Fomento de la igualdad de Genero	0,06	3	O	0,18
12	Eradicación de la discriminación racial o étnica	0,06	3	O	0,18
	TOTAL	1,00			2,58

Fuente: Elaboración propia

Se obtuvo como resultado una puntuación ponderada igual a 2,58 lo que indica que las estrategias establecidas por la empresa responden en forma positiva a las oportunidades y amenazas de la industria, sin embargo, el indicador no está muy por arriba del promedio 2,5; razón por la que debería evaluar sus estrategias, a fin de lograr un mejor desempeño.

Cuadro 7. >>

Matriz de evaluación de la dimensión interna

MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LA DIMENSIÓN INTERNA					
	FACTOR INTERNO CLAVE	PONDERACION	CLASIFICACIÓN	FORTALEZA O DEBILIDAD	PUNTUACIÓN PONDERADA
	GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS				
1	Aprendizaje de los empleados	0,10	4	F	0,4
2	Retribución económica suficiente y justa	0,10	3	F	0,3
3	Promoción de la realización personal	0,10	4	F	0,4
4	Integración y Participación en los procesos de toma de decisiones	0,10	4	F	0,4
	SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO				
5	Condiciones de contratación	0,05	3	F	0,15
6	Programas de ayuda a los empleados	0,07	1	D	0,07
7	Programas de bienestar	0,07	1	D	0,07
	GESTIÓN AMBIENTAL				
8	Disminución de consumo de recursos (electricidad, agua)	0,10	1	D	0,1
9	Disminución de emisiones contaminantes	0,10	3	F	0,3
10	Educación ambiental del personal	0,05	3	F	0,15
	COMPORTAMIENTO ÉTICO				
9	Declaración de Valores	0,08	3	F	0,24
11	Códigos de ética	0,08	3	F	0,24
	TOTAL	1,00			2,82

Fuente: Elaboración propia a partir de David (2008)

Se obtuvo como resultado una puntuación ponderada igual a 2,82 lo que indica una posición interna fuerte (superior al promedio 2,5) en relación a los factores de RSE observados

5. Conclusiones

En el ámbito internacional, las grandes organizaciones han iniciado un compromiso voluntario con la RSE, sin embargo, en las Pymes pareciera que el escenario no es tan optimista, y las acciones de RSE están quedando relegadas a pequeñas iniciativas particulares de los accionistas o directores. Por tanto, es necesario aunar esfuerzos para crear mecanismo para dar a conocer a las Pymes los beneficios de aplicar la RSE, así como, ayudarlos a incorporarla en sus planes y estrategias empresariales. En consecuencia, a las universidades y centro de investigación en ciencias gerenciales se abre un gran campo de trabajo.

Sin embargo, aunque son pocas las iniciativas de RSE en las Pymes, pareciera que están bien encaminadas, tal es el caso de la empresa MAPA donde se realizó la presente investigación, y se determinó lo siguiente:

a) La RSE está presente en los elementos de la Administración de Estratégica, como lo son la visión y misión de la empresa.

b) Se ha establecido un basamento ético normativo (declaración de valores y código de conducta) que rijan las relaciones entre los miembros de la organización en todos sus niveles, así como, las relaciones con los grupos de interés externos.

c) En cuanto a las relaciones con la comunidad, se ha establecido un gran compromiso en todas las instancias y niveles de la organización, se promueve un dialogo permanente de con los Consejos Comunitarios, que permite detectar las necesidades y urgencias que puedan ser atendidas por la empresa.

d) Otro de los aspectos a los que se les ha dado mayor relevancia es el Recurso Humano, estableciendo programas de formación permanente, que promuevan la satisfacción personal, así como, el cumplimiento de todas las obligaciones de Ley en materia de seguridad social y seguridad e higiene laboral.

e) Se han establecido programas banderas tales como: el apoyo a los hogares de adultos mayores, y niños con discapacidad, la donación de sangre. Que no se limitan únicamente al aporte financiero, sino que involucra al mayor número de trabajadores posibles, y que en este momento se intenta promover la participación de otras empresas que hacen vida en la comunidad.

Se ha realizado un esfuerzo para garantizar la continuidad los Programas de RSE, mediante la creación de las estructuras administrativas que los hagan posibles, así como, la asignación de recursos financieros.

Por todo lo expuesto, se puede concluir, que en el caso de MAPA, la relación empresa entorno, establecida por Guédez (2005) y (2008)

se encuentra en un nivel de alianza social, o corresponsabilidad donde existe un verdadero compromiso de generar un valor agregado a la sociedad, y se puede plenamente identificar plenamente con la imagen “Pesquemos Juntos”.

Ya para finalizar es necesario enfatizar que este proceso de toma de conciencia de las organizaciones, que ha dado origen a la RSE, no es posible sin una sociedad que presione unánimemente a las empresas para que asuman el compromiso de contribuir al desarrollo integral de sus trabajadores, a la solución de los problemas sociales, ambientales, a establecer relaciones con un gran sentido ético con los clientes, proveedores, gobierno local y demás grupos de interés.

Bibliografía >>

- Alvarado, Alejandro (2008). Responsabilidad social empresarial percibida desde una perspectiva sostenicéntrica, y su influencia en la reputación de la empresa y el comportamiento del turista. Tesis Doctoral. Universidad de Valencia, España. Disponible en www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/9468/alvarado.pdf.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas - AECA (2004). Documento sobre Responsabilidad Social Corporativa nº 1: “Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa”, AECA, Madrid.
- Brooks, Nicolás; Pérez, Antonio y Pérez Ingrid (2009). Responsabilidad social empresarial en franquicias farmacéuticas. Revista Venezolana de Gerencia, v. 14, No. 46, junio-2009.
- Comisión para las Comunidades Europeas (2001). Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Disponible en :<http://www.responsabilidadsocial empresarial.com/wp-content/uploads/2010/05/Libro-Verde-RSC-Uni%C3%B3n-Europea.pdf>
- Corrales, María (2011). Responsabilidad Social en la pequeña y mediana empresa. Guía de buenas prácticas. Proyecto Impulsa RSE-PYME. Dirección General de Política de la Pequeña y Mediana Empresa, Gobierno de España.
- David, Fred (2008). Conceptos de administración estratégica. Pearson Educación, México.
- Fernández, Roberto (2005) Administración de responsabilidad social corporativa. Thomson Editores. España.

- Francés, Pedro (2004) *Ética de las Organizaciones. Ética empresarial, una responsabilidad de las organizaciones*. Compilador Pedro Francés. VELEA. Venezuela.
- Granda, Germán y Rosales, Virginia (2004) *La responsabilidad social empresarial en España. Ética empresarial, una responsabilidad de las organizaciones*. Compilador Pedro Francés. VELEA. Venezuela.
- Guédez, Víctor (2006). *Ética y práctica de la responsabilidad Social empresarial*. Editorial Planeta. Venezuela.
- Guédez, Víctor (2008). *Ser confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial*. Editorial Planeta. Venezuela.
- Kliksber, Bernardo (2005). *Por qué la ética. La agenda ética pendiente de América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo. Argentina.
- Moneva, José y Hernández, Julio (2009). *Responsabilidad social corporativa e información de sostenibilidad en la Pyme*. Revista Internacional de la Pequeña y Mediana Empresa. Vol.1. n° 2. Disponible en: <http://www.revistainternacionalpyme.org/volumenes/volumenuno/vol1num2/articulos/pyme2%20art2.pdf>
- Naharro, Manuel (2005). *Responsabilidad Social Corporativa en Pymes*. Centro de Estudios de Cooperación al Desarrollo. Madrid. Disponible en: <http://www.codespa.org/WebRoot/fucsio2/Shops/Codespa/MediaGallery/AMPARO.pdf>
- Paredes, Kerelly (2009) *El comportamiento de las empresas del área metropolitana de la ciudad de Mérida desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Empresarial*. Revista Visión Gerencial, Año 8, Edición Especial, pp. 121-136.
- Peinado-Vera, Estrella (2005). *Responsabilidad social en la empresa y pymes*. Centro de Estudios de Cooperación al Desarrollo. Madrid. Disponible en: <http://www.codespa.org/WebRoot/fucsio2/Shops/Codespa/MediaGallery/AMPARO.pdf>
- Pferrer, Jeffrey (2000). *Nuevos rumbos en la teoría de la organización. Problemas y posibilidades*. Oxford University Press, New York-México.
- Trujillo, María y Vélez, Rodrigo (2006). *Responsabilidad ambiental como estrategia para la perdurabilidad de la empresa*. Revista Universidad & Empresa. Vol. 10, junio 2006, pp. 199-224. Disponible en <http://scholar.google.co.ve>