




Artículo Científico

La práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela

The practice of Corporate Social Responsibility in Venezuela

Michael J. Aular Galindo^{1*} 

¹Docente de la Universidad Alejandro de Humboldt (UAH), Avenida Andrés Bello con Avenida Urdaneta, Edificio Alejandro de Humboldt, Código Postal 1010-A, Municipio Libertador, Caracas, Venezuela..

*Correo electrónico: mikeaular@hotmail.com

Recibido: 31-01-2022. Aceptado: 19-03-2022

Resumen

En la actualidad sigue siendo un hecho de relevancia el analizar la relación existente entre la empresa y la sociedad. Teniendo presente la responsabilidad ética que deben asumir voluntariamente los empresarios en el desarrollo social y económico de las naciones. Es en este sentido, que el presente artículo tiene como objetivo analizar la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en organizaciones venezolanas, y así contribuir al conocimiento de una realidad en el plano organizacional y social que coadyuve a la acción responsable de la gerencia. Este estudio se llevó a cabo desde el paradigma positivista, con un enfoque cuantitativo, de tipo descriptivo, en el que participaron 94 gerentes provenientes de tres estados de la República Bolivariana de Venezuela (Distrito Capital, Miranda y Carabobo). Tras la aplicación del instrumento de recolección de datos (cuestionario), los resultados evidenciaron la existencia de grandes retos en el tejido empresarial venezolano en la ejecución de acciones que concuerdan con la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), donde resaltan las debilidades referentes a la integración de las necesidades y expectativas de las partes interesadas en el proceso de toma de decisiones, visión estratégica en el asunto, socialización de este tema con los trabajadores, desarrollo y respeto del talento humano, cuida-

do de los recursos naturales y desarrollo de acciones concretas en la comunidad donde se encuentra insertada la entidad.

Palabras clave: gerencia responsable, ética en los negocios, Stakeholders, gobierno corporativo.

Abstract

At present, it is still a relevant fact to analyze the relationship between the company and society. Present bearing the ethical responsibility that entrepreneurs must voluntarily assume in the social and economic development of nations. It is in this sense that this article aims to analyze the practice of Corporate Social Responsibility in Venezuelan organizations, and thus contribute to the knowledge of a reality at the organizational and social level that contributes to the responsible action of management. This study was carried out from the positivist paradigm, with a quantitative, descriptive approach, in which 94 managers from three states of the Bolivarian Republic of Venezuela (Capital District, Miranda and Carabobo) participated. After the application of the data collection instrument (questionnaire), the results showed the existence of great challenges in the Venezuelan business fabric in the execution of actions that are consistent with the perspective of Corporate Social Responsibility (CSR), where the reference



weaknesses stand out, to the integration of the needs and expectations of the interested parties in the decision-making process, strategic vision in the matter, socialization of this topic with the workers, development and respect of human talent, care of the natural ones and development of concrete actions in the community where the entity is inserted.

Keywords: responsible management, business ethics, Stakeholders, corporate governance.

Introducción

El mundo se mueve hacia modelos de gestión en los sectores empresariales e industriales que incorporen en las políticas corporativas la Responsabilidad Social Empresarial (**RSE**) como un enfoque que impulsa acciones sinceras, responsables y sostenibles en la sociedad en las que desarrollan la actividad económica y de las que dependen constantemente. Por lo que resulta de gran interés en la dinámica gerencial invertir esfuerzos en la ardua tarea de alinear los propósitos y valores empresariales con la actividad social y medioambiental, manteniendo la concepción estratégica de este hecho.

Esta investigación parte de una revisión sistemática de la literatura, en la que se pudo identificar antecedentes como el de Hernández *et al.* (2020) denominado: Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial. Este estudio analiza cómo la RSE se convierte en instrumento de valor para la construcción de una nueva forma de gestión empresarial, concluyendo que la RSE es una política que contribuye a la transformación de la gestión, ayudando a crear espacios de mayor competitividad y productividad.

Asimismo, se encuentra la investigación de Bermúdez y Mejías (2018) quienes desarrollaron un estudio relacionado con la cuantificación de la Responsabilidad

Social en Pequeñas y Medianas Empresas (**PYMES**) latinoamericanas y evidenciaron la necesidad de que las PYMES definan que la RSE va más allá de la acción filantrópica. También, revelaron que las entidades presentan debilidades al efectuar labores no visibles asociadas a este concepto sin incluirlas en la planificación estratégica.

De igual forma, se puede contar con resultados de investigaciones como la de Arias y Sarmiento (2016), donde se evidencio la carencia de una cultura empresarial sólida de RSE en pequeñas empresas locales de servicios en las ciudades de Paraguaná y Coro en Venezuela.

Por su parte, Colmenares y Colmenares (2015) desarrollaron un estudio cuyo objetivo fue interpretar los ámbitos que influyen en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial del sector alimenticio venezolano, como parte de las funciones gerenciales. Los resultados dan muestras que en las empresas de este sector no se cumplen con los ámbitos de aplicación de la RSE.

Uno de los aspectos esenciales para las organizaciones, son los grupos de interés, llamados también Stakeholders que están demandando prácticas responsables y moralmente aceptables en la sociedad. Este elemento va van más allá del respeto al marco regulatorio del país donde se desarrollan las actividades empresariales, focalizando los esfuerzos al fortalecimiento de una actitud voluntaria y consciente del rol social, brindando transparencia en las acciones. Todo esto no se debe confundir con un aspecto filantrópico sino de justicia, hecho estratégico y de reputación organizacional capaz de generar confianza, fidelidad, disminución de costos, innovación, mejora continua, para todos los actores involucrados en la cadena de valor, que impactan en la generación de valor que han establecido la dimensión social de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas sobre los objetivos del milenio en



beneficio de la sociedad.

Es así, que emerge en la concepción académica la RSE a principios de los años 50 de la mano del investigador Bowen (1953) con el manuscrito “Responsibilities of the Businessman”, analizando la relación existente entre la empresa y la sociedad. Teniendo presente la responsabilidad ética que deben asumir voluntariamente los empresarios con la sociedad. Una de las definiciones más integrales sobre este tema la ofrece la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) en el libro verde, donde conceptualiza la RSE como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (p.7).

Ahora bien, en lo que se refiere a los elementos guías o principios de la RSE, la literatura tiene un extenso número de propuestas dependiendo de la visión de cada autor, por lo que para efectos de esta investigación se toma la propuesta de Reyno (2006). El expresa que los principios básicos de la RSE son:

- **Transparencia:** basada en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales.
- **Materialidad:** supone que la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSE, así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos.
- **Verificabilidad:** las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. La verificabilidad está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de

la empresa.

- **Visión amplia:** la organización debe centrar sus objetivos de RSE en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Debe considerar el impacto que produce a nivel local, regional, continental y global, con un sentido claro de legado para futuras generaciones.
- **Mejora continua:** la RSE va ligada estrechamente a la idea de gestión continuada, que tiene por objetivo principal la pervivencia de la organización.
- **Naturaleza social de la organización:** La RSE está arraigada en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las organizaciones, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico. Destaca el valor y el papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización.

Todos estos principios se vinculan con las dos dimensiones de la RSE que, según la Comisión de las Comunidades Europeas (op cit), son: la interna, que tiene una fuerte conexión con la gestión del talento humano, salud y seguridad en el lugar de trabajo, adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental como el de los recursos naturales. La dimensión externa que trata aspectos como: comunidades locales, socios comerciales, proveedores, consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos mundiales.

Partiendo de los supuestos anteriores, esta investigación asume esta concepción empresarial, reflexionando y cuestionando de forma constante el papel que las empresas deben asumir en la sociedad y de esta forma “generar un cambio de mentalidad en lo que se refiere a una gestión socialmente responsable” (Cardona y Hernández, 2011, p.95). Resaltando que se observan debilidades en la existencia de acciones concretas y persistentes en materia de RSE por par-



te del sector empresarial venezolano. Es en virtud de todo lo antes expuesto, que este artículo tiene como objetivo analizar la práctica de RSE en organizaciones Venezolanas.

Materiales y Métodos

Esta investigación se aborda desde el paradigma epistemológico positivista, el cual “considera que no existe otro conocimiento que el que proviene de hechos reales verificados por la experiencia” (Guamán et al., 2020, p.266). Donde la realidad se identifica de forma empírica y objetiva. El enfoque metodológico utilizado fue el cuantitativo, que parte de datos evidenciables y “se plantea una observación, una medición y un procedimiento estadístico, para lograr una generalización de los hechos” (Raven, 2014, p.186).

Asimismo, el diseño utilizado fue no experimental ya que no se realizó ningún tipo de manipulación de las variables. En lo que se refiere al tipo de investigación, se sustenta en un trabajo de campo, donde “se acude a fuentes primarias, acudiendo al lugar de los hechos” (Ocegueda, 2004, p.43). En cuanto al nivel investigativo, corresponde al descriptivo que según Hernández et al. (2018) busca “describir las características que se estudian de los elementos que integran la muestra seleccionada” (p.88).

En este orden de ideas, se utilizó la técnica de la encuesta, y como instrumento de recolección de datos el cuestionario. El mismo estuvo conformado por 16 afirmaciones con una escala de respuesta tipo Likert. La validez se logró por medio de la técnica juicio de expertos (4 validadores) y la confiabilidad se obtuvo por medio del coeficiente de Alpha de Cronbach (0,95). En lo que se refiere a la muestra, fue conformada por 94 gerentes provenientes de organizaciones empresariales (PYMES y grandes entidades) con diversidad de actividades económicas (industrial, comercial, servicios, profesionales, servicios financieros, construc-

ción) y ubicadas geográficamente en tres entidades de Venezuela: Distrito Capital (48), Miranda (34) y Carabobo (12). La técnica de muestreo utilizada fue la no probabilística, se tomó como criterio para la selección de dicha muestra que los sujetos debían tener más de tres años en el cargo actual y una experiencia en el área gerencial de al menos 10 años.

En los resultados se evidencia que se midieron dos dimensiones (internas y externas), en consecuencia esto no se explica en la metodología.

Resultados y Discusión

Una vez aplicado el instrumento en virtud de lograr el objetivo propuesto se presentan los principales hallazgos divididos en dimensión interna, referida mayoritariamente a aspectos muy propios de la dinámica de la organización, prácticas respetuosas hacia el talento humano y a los recursos naturales; así como también la alineación de asuntos estratégicos de la empresa con la RSE. La dimensión externa trata lo relacionado a la comunidad donde está inmersa la organización, medio ambiente y los Stakeholders.

En el cuadro 1 se reflejan las respuestas del primer ítem, las cuales indican que la mayoría de los gerentes consultados (59%) están en desacuerdo, mientras un 3% dice estar totalmente en desacuerdo con la afirmación “La empresa tiene como uno de sus objetivos generar valor en la sociedad por medio de las actividades que realiza”. Estos hallazgos evidencian la brecha existente en los fines que persiguen los sectores empresariales e industriales en el país, lo cual se aleja de los objetivos de la RSE, donde resulta un aspecto fundamental para la sociedad que las empresas aporten valor social y ambiental desde sus esfuerzos cotidianos y no solo se contemple el valor de sus accionistas. Al respecto Argandoña (2007) afirma que:

Para un buen directivo, optimizar el valor social



Cuadro 1

Ítems relacionados a la dimensión interna.

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Ítem 1: La empresa tiene como uno de sus objetivos generar valor en la sociedad por medio de las actividades que realiza.		
Totalmente de acuerdo	19	20 %
De acuerdo	17	18 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0 %
En desacuerdo	55	59 %
Totalmente en desacuerdo	3	3 %
Ítem 2: Se realiza capacitación y socialización a los empleados en RSE.		
Totalmente de acuerdo	6	6 %
De acuerdo	8	9 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0 %
En desacuerdo	28	30 %
Totalmente en desacuerdo	52	55 %
Ítem 3: La mayoría de los líderes de la empresa conciben la RSE como un aspecto estratégico.		
Totalmente de acuerdo	8	9 %
De acuerdo	12	12 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0 %
En desacuerdo	58	62 %
Totalmente en desacuerdo	16	17 %
Ítem 4: La empresa cumple y fomenta la práctica de desarrollo de su personal al igual que el respeto al individuo y sus derechos: leyes, equidad y diversidad.		
Totalmente de acuerdo	19	20 %
De acuerdo	26	28 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0 %
En desacuerdo	42	45 %
Totalmente en desacuerdo	7	7 %
Ítem 5: La empresa hace uso responsable del consumo de recursos naturales en su proceso productivo así como una gestión de desechos, sumando esfuerzos para garantizar la sostenibilidad del medio ambiente.		
Totalmente de acuerdo	13	14 %
De acuerdo	20	21 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	2	2 %
En desacuerdo	51	54 %
Totalmente en desacuerdo	8	9 %



equivale a cumplir la RSE de la empresa, siempre que incluya entre los “ingresos” o “beneficios” todos los bienes económicos, humanos y sociales, de la empresa, de sus miembros, de los demás stakeholders y, en definitiva, de toda la sociedad. (p.8)

Una empresa que se hace consciente del rol social que tiene, puede aportar por medio de acciones concretas, beneficios tangibles a todos los relacionados y no solamente a los accionistas. Como indica D’alexandro (2009) “podría aportar su parte en el desarrollo sostenible, social ambiental y económico, del mundo” (p.61).

Asimismo, se puede apreciar en el ítem 2 que en la mayoría de las empresas participantes no se realizan capacitaciones y socialización a los empleados sobre RSE. El 55% respondió estar totalmente en desacuerdo con la respectiva afirmación presentada, mientras un 30% dijo estar en desacuerdo. Este resultado es consistente con la investigación de Jaramillo (2011) donde concluye que los procesos de capacitación en esta materia dirigida a los empleados de 119 empresas colombianas son deficientes. La RSE resulta en una propuesta de gran impacto en la sociedad y para ello se necesita que todos los integrantes de la organización estén conscientes de ello, por lo que la capacitación y sociabilización es un paso fundamental. Tello (2017), afirma que este tipo de acciones sirven para “concientizar sobre la importancia de contribuir social, económica y ambientalmente a través de sus actividades empresariales, por ende, se deberá enfatizar en el logro de los conocimientos y destrezas teórico-prácticas que redundan en la generación de planes de trabajo” (p.54).

En lo concerniente al ítem 3 del cuadro 1, se visualiza que el 62% de los consultados afirman que la mayoría de los líderes de su empresa no perciben a la RSE como un aspecto estratégico. Seguido de un 17% que

indican categóricamente este hecho. Una de las mejores formas de integrar esta manera de hacer negocio es haciéndola parte integral de la estrategia de la misma. En el discurso de Añez y Bonomie (2010) “la responsabilidad social corporativa, como tema estratégico, se encuentra cada vez más ligada al crecimiento económico y a la globalización” (p.165). Este hecho se convierte en algo urgente de revertir para el progreso y puesta en marcha de este modelo gerencial, lo que refleja la necesidad de que los líderes empresariales entiendan que la RSE “ha dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y forma parte, cada vez más, de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa” (Pérez et al. 2016, p.176).

Referente a la afirmación “la empresa cumple y fomenta la práctica de desarrollo de su personal al igual que el respeto al individuo y sus derechos”, ubicado en el ítem 4 del cuadro 1, el 45% contestó estar en desacuerdo, seguido de un 7% en total desacuerdo. Mientras el 20% expresaron estar totalmente de acuerdo y un 28% de acuerdo. Lo que permite exponer una situación muy sensible en cuanto a la práctica para mejorar el desarrollo de las personas en las organizaciones. Este hecho concuerda con la investigación de García et al. (2013) quienes concluyen que:

El reto que implica para las organizaciones el enfoque de RSE aplicado desde las áreas de gestión humana, radica en la capacidad que tengan para realizar una estrategia transversal de desarrollo de prácticas orientadas a los trabajadores y sus familias en todos los macroprocesos relacionados, y la forma en que sean sistematizadas para aprender de la experiencia y percepciones de dicho grupo de interés. (p. 97)

Dentro de las organizaciones no se puede perder el entendimiento y perspectiva de que el ser humano es



el centro de toda actividad social, por lo que su desarrollo y respeto es esencial en cualquier arista de la aplicación de la RSE. En este mismo orden de ideas, Camacho (2015) plantea que “las prácticas laborales socialmente responsables son esenciales para la justicia social, la estabilidad y la paz” (p.27). Lo que convierte este tema en algo neurálgico en el actuar responsable de los líderes que respaldan y valoran la RSE.

Por otra parte, en lo que se refiere a la afirmación del ítem 5 del cuadro 1 “la empresa hace uso responsable del consumo de recursos naturales en su proceso productivo así como una gestión de desechos”, la mayoría de los sujetos encuestados (54%) estuvieron en desacuerdo, un 9% en total desacuerdo, mientras que un 21% de acuerdo y un 14% totalmente de acuerdo. Estos resultados muestran que existe un gran porcentaje que no asume la responsabilidad sobre el cuidado del medio ambiente desde las operaciones. Lo que concuerda con los resultados de Colmenares y Colmenares (op cit), donde la mayoría de las empresas estudiadas no fomentan ni realizan un cuidado y preservación del medio ambiente como una de las dimensiones del desarrollo sostenible que ha sido pactada en el seno de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en septiembre de 2015 como parte de las buenas prácticas en el marco de la Agenda 2030. Se debe destacar la relevancia que tiene la educación para el éxito de este asunto tan importante para la sociedad actual, por lo que se debe apoyar “la transformación de los modelos mentales de la población sustentada en los valores, la concienciación, la responsabilidad social y generacional y, sobre todo, en la pervivencia del *Homo sapiens* sobre la tierra” (Arias, 2016, p.33), y de esta forma aunar esfuerzos desde el tejido empresarial a la sostenibilidad del medio ambiente.

Luego de la presentación y discusión de los resultados de la dimensión interna, se muestra a continuación en el cuadro 2 los ítems más destacados de la dimensión

externa.

En cuanto a la dimensión externa, como se indica en el cuadro 2 ítem 1, en lo referente a la afirmación relacionada a que “la empresa toma en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSE”, se pudo observar que la mayoría (82%) aseveran estar en desacuerdo y un 4% totalmente en desacuerdo. Estos resultados muestran que persiste la cultura de hacer a un lado a las partes interesadas de aspectos importantes de las decisiones de las entidades estudiadas. En este sentido Zárata et al. (2020) afirma que:

La relación con los grupos de interés o Stakeholders es un compromiso necesario y pertinente para las empresas que aplican la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en sus proyectos corporativos y toma de decisiones, por cuanto el desarrollo de su gestión adquiere mayor relevancia al reconocer las características del entorno con el cual interactúa. (p.211)

Los grupos de interés deben ser entendidos como fundamento de toda política de RSE ya que en gran sentido dirigen y contribuyen a lograr las metas en esta materia por lo tanto, no es adecuado tomar decisiones al respecto sin la participación de los Stakeholders. Al respecto, Charris (2020) concluye que en la definición de estrategias, los grupos de interés deben ser gestionados como “actores indispensables para la creación de valor, elementos prioritarios para la toma de decisiones y manejo de una compañía” (p. 66).

En el ítem 2, referente a la afirmación “La empresa somete sus actuaciones socialmente responsable a una verificación externa” los consultados respondieron en su mayoría (83%) estar en desacuerdo, el 4% en total desacuerdo y 13% restante afirmó estar de acuerdo. Este resultado concuerda con el trabajo de Acosta et



Cuadro 2

Ítems relacionados a la dimensión externa.

Ítem 1: La empresa tiene como uno de sus objetivos generar valor en la sociedad por medio de las actividades que realiza.

Respuestas	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)
Totalmente de acuerdo	4	4 %
De acuerdo	9	10 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0 %
En desacuerdo	77	82 %
Totalmente en desacuerdo	4	4 %

Ítem 2: Se realiza capacitación y socialización a los empleados en RSE.

Totalmente de acuerdo	0	0 %
De acuerdo	12	13 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0 %
En desacuerdo	78	83 %
Totalmente en desacuerdo	4	4 %

Ítem 3: La mayoría de los líderes de la empresa conciben la RSE como un aspecto estratégico.

Totalmente de acuerdo	6	7 %
De acuerdo	17	18 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0 %
En desacuerdo	67	71 %
Totalmente en desacuerdo	4	4 %

Ítem 4: La empresa cumple y fomenta la práctica de desarrollo de su personal al igual que el respeto al individuo y sus derechos: leyes, equidad y diversidad.

Totalmente de acuerdo	9	9 %
De acuerdo	15	16 %
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	0	0 %
En desacuerdo	59	63 %
Totalmente en desacuerdo	11	12 %

al. (2018) donde se refleja lo poco usual de esta acción. Lo que representa una dificultad en la creación de confianza en las prácticas socialmente responsables. Sobre este aspecto Reyno (2006) expresa que “la verificabilidad está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa” (p.34). Toda empresa comprometida con la mejora continua y correcta aplicación de este modelo gerencial (RSE) debe mantenerse

abierto a verificaciones por parte de especialistas en el área para de esta forma contribuir al aprendizaje organizacional y optimización de procesos y políticas en materia de RSE.

Seguidamente, se pudo constatar que el 71% de los encuestados están en desacuerdo con la afirmación “La empresa presenta información pública sobre su comportamiento socialmente responsable”, reflejando



en gran sentido una fuerte debilidad en materia de comunicación sobre este tema. Sobre este tema, Chivite y Enciso (2015) expresan que:

Se debe transmitir al mercado toda la información relevante para los inversores, y puesto que los informes de RSC recogen la actividad desarrollada por la empresa en términos de rendimiento no solo económico, sino también social y medioambiental, se entiende que ésta es información relevante. (p.19)

Cuando una empresa tiene cierto grado de madurez en materia de RSE lo demuestra con la disposición de comunicar sus acciones responsables socialmente, para así mantener informados y conectados a los grupos relacionados y a la comunidad en general. De igual forma, se le suma lo expresado por Vergara et al. (2020) con respecto a que los informes de RSE “proporcionan información que legitima el comportamiento de una empresa con el objetivo de afectar a las partes interesadas (p.15).

En cuanto a la afirmación contenida en el ítem 4 “La empresa cuenta y aplica con mecanismos claros para el desarrollo de acciones en su comunidad” se pudo conocer que la mayoría (63%) respondió estar en desacuerdo, un 12% en total desacuerdo, un 16% de acuerdo y un 9% afirma estar totalmente de acuerdo. Lo que refleja un nivel bajo de acciones de transferencia de recursos a la comunidad. En este sentido, Añez y Bonomie (op cit) señalan que la práctica de la RSE “trata de realizar Inversiones sociales capaces de crear un valor social y mejorar las condiciones del entorno en que compiten” (p.165). Asimismo, se resalta que este resultado concuerda con la investigación de Cardona y Hernández (op cit) como también la de Paredes (2009). Estos niveles tan bajos de acciones concretas para ayudar responsablemente a la comunidad resultan de gran preocupación ya que denota un gran desinterés en tener un impacto positivo socialmente.

Conclusiones

Hoy día siguen existiendo grandes retos y desafíos para la recuperación, reconstrucción y fortalecimiento en el tejido empresarial venezolano en la ejecución de acciones que concuerden con la perspectiva de la RSE. Donde resaltan una serie de debilidades referentes con la integración de las necesidades y expectativas de las partes interesadas en el proceso de toma de decisiones, visión estratégica en el asunto, socialización de los empleados, desarrollo y respeto del talento humano, cuidado de los recursos naturales y desarrollo de acciones concretas en la comunidad donde se llevan a cabo las operaciones de las empresas.

En este orden de ideas y teniendo presente este producto de investigación, se asume la concepción en la actualidad que el gerente debe tener un pensamiento transcomplejo sobre el rol y el impacto de las entidades en el tejido empresarial-social. No resulta adecuado ni mucho menos ético concebir una organización como una especie de isla donde no tiene ninguna vinculación con el entorno y el único objetivo es generar ganancia a los accionistas. Toda organización debe asumir una responsabilidad ética frente al impacto que se causa en el contexto en el que está inmersa. Por lo que los líderes de hoy deben tener consciencia en el marco de la gestión de las funciones gerenciales para definir una política entre lo que comunica y ofrece la empresa y lo que realmente hace (identidad – imagen). Parece algo obvio, pero en la práctica no siempre concuerdan. Por lo que urge de líderes que sepan y quieran accionar esta manera de hacer gerencia sustentable.

En lo esencial, concebir como parte de la estrategia organizacional la RSE es fundamental hoy día para la sustentabilidad del negocio, la cual crea una simbiosis en las dimensiones económica, social y medioambiental como un enfoque emergente para garantizar el uso apropiado de los recursos y capacidades naturales o no. Las empresas deben ser concebidas como ciuda-



danos, que pueden y deben aportar esfuerzos para el desarrollo de la sociedad, teniendo como norte la praxis voluntaria en este sentido. Superando la visión lineal reduccionista y simplista de que la RSE es sólo filantropía o una forma de revertir males anteriormente producidos por el sector empresarial e industrial en el conjunto de la sociedad. De allí que, la RSE debe ser parte elemental en la construcción de la gestión humanista que tanto se requiere en las organizaciones.

Recomendaciones

Se recomienda en primera instancia, el diseño de programas y estrategias para la concientización sobre el impacto favorable que tiene esta manera de hacer empresa en la sociedad. Luego, realizar todos los esfuerzos posibles para incorporar la perspectiva de la RSE como parte de la visión, misión, estrategia, valores, objetivos y cultura de la empresa. Todo esto guiado por un liderazgo responsable que entienda la responsabilidad y lugar de la empresa en la sociedad.

Así mismo, en correspondencia a los desafíos sociales actuales, se recomienda tener presente que este modelo empresarial es una inversión y no un gasto, por lo que se hace necesario también, mayores esfuerzos del estado para contar con políticas gubernamentales adecuadas y ordenadas que fomenten esta manera de hacer empresa. Así como también, la incorporación de la RSE en los programas universitarios, esto a razón de ser el espacio propicio de formación de líderes organizacionales del presente y el futuro.

Literatura Citada

Acosta, M., Lovato, S., y Buñay, J. (2018). La responsabilidad social corporativa y su rol en las empresas ecuatorianas. *Revista Lasallista de Investigación*, 15(2), 105-117. <http://repository.unilasallista.edu.co/dspace/handle/10567/2307>.

Añez, C. y Bonomie, M. (2010). Responsabilidad social empresarial: estrategia de competitividad en el marco de la globalización. *Formación Gerencial*. 9(1), 144-168. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3297019>

Argandoña, A. (2007). Responsabilidad social y creación de valor para el accionista: ¿objetivos contrapuestos o complementarios? *IESE Business School - Occasional Paper*, 7(16), 1-13. <https://www.fundacionseres.org/lists/informes/attachments/1101/responsabilidad%20social%20y%20creacion%20de%20valor%20para%20el%20accionista.pdf>.

Arias, B. (2016). El consumo responsable: Educar para la sostenibilidad ambiental. *Aibi revista de investigación, administración e ingeniería*, 4(1), 29-34. <https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/1734/1919>

Arias, E. y Sarmiento, D. (2016). Responsabilidad social empresarial en Falcón: Un análisis de contenido. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, (1), 22-42. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7062643>.

Bermúdez, Y., y Mejías A. (2018). Medición de la responsabilidad social empresarial: casos en pequeñas empresas Latinoamericanas. *Ingeniería Industrial*. 39(3), 315-325. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1815-59362018000300315&Ing=en&nrm=iso&tlng=es.

Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper & Row.

Camacho, J. (2015). Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista latinoamericana de derecho social*. 20, 3-29. <https://www.sciencedirect.com>.



[com/science/article/pii/S1870467015000020](https://www.redalyc.org/science/article/pii/S1870467015000020).

- Cardona, D. y Hernández, J. (2011). La responsabilidad social empresarial desde la perspectiva de los gerentes de los hoteles pymes de la ciudad de Cartagena. *Revista SABER, Ciencia y Libertad*, 6(1), 91-104. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3997354>.
- Charris, Y. (2020). Gestión de partes interesadas caso parque industrial de Malambo PIMSA [Tesis de pre grado, Universidad de la Costa]. <https://repositorio.cuc.edu.co/handle/11323/7856>.
- Chivite, M. y Enciso, V. (2015). Alcance de la creación de valor en las Empresas Responsables. *CI-RIEC Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 85, 1-23. <https://www.redalyc.org/pdf/174/17443378005.pdf>.
- Colmenares, M. y Colmenares, R. (2015). La responsabilidad social empresarial, en el sector alimenticio venezolano. *Negotium Revista Científica Electrónica de Ciencias Gerenciales*, 30 (10), 87-107. <https://zenodo.org/record/4917060>.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas.
- D'alessandro, D. (2009). Cómo generar valor en una organización adquiriendo una posición estratégica a partir de la responsabilidad social empresarial. [Tesis de pre grado, Universidad de los Andes]. <https://repositorio.uniandes.edu.co/bitstream/handle/1992/14284/u401971.pdf?sequence=1>.
- García, M., Azuero, A. y Peláez, J. (2013). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial desde las áreas funcionales de Gestión Humana: análisis de resultados en cuatro empresas del suroccidente colombiano. *Innovar Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 23(49), 83-100. <https://www.redalyc.org/pdf/818/81828691007.pdf>.
- Guamán, K., Hernández, E., y Lloay, S. (2020). El positivismo y el positivismo jurídico. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 265-269. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v12n4/2218-3620-rus-12-04-265.pdf>.
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A. y Moreno, L. (2018). *Metodología de la investigación científica*. Editorial Área de Innovación y Desarrollo, S.L. <http://dx.doi.org/10.17993/CcyLI.2018.15>.
- Hernández, H., Pitre, R., y Orozco, B. (2020). Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial. *Dictamen Libre*, (27), 35-43. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8071224>.
- Jaramillo, O. (2011). La dimensión interna de la responsabilidad social en las micro, pequeñas y medianas empresas del programa expúpyme de la Universidad del Norte. *Pensamiento y gestión*, (31), 167-195. <http://www.scielo.org.co/pdf/pege/n31/n31a09.pdf>.
- Ocegueda, M., (2004). *Metodología de la Investigación, Métodos, técnicas y estructuración de trabajos académicos*.
- Paredes, K. (2009). El comportamiento de las empresas del área metropolitana de la ciudad de Mérida desde el punto de vista de la Responsabilidad Social Empresarial. *Visión gerencial*, 121-136. <https://www.redalyc.org/>



[pdf/4655/465545882006.pdf](https://zenodo.org/record/465545882006/files/pdf/4655/465545882006.pdf).

Pérez, J., Espinoza, C., y Peralta, B. (2016). La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro. *Revista Universidad y Sociedad*, 8 (3), 169-178. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v8n3/rus23316.pdf>.

Raven, E. (2014). La investigación cuantitativa, la investigación cualitativa y el investigador. *ARJÉ Revista de Postgrado FACE-UC*, 6(15), 181-188. <http://www.arje.bc.uc.edu.ve/arj15/art15.pdf>.

Reyno, M. (2006). Responsabilidad social empresarial (RSE) como ventaja competitiva. [Tesis de Maestría, Universidad Técnica Federico Santa María]. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/index.htm>

Tello, J. (2017). Programa de capacitación de responsabilidad social empresarial para micro, pequeños y medianos empresarios en la zona norte de Veracruz. [Trabajo de Maestría, Instituto Politécnico Nacional, México]. <https://tesis.ipn.mx/bitstream/handle/123456789/22711/Juan%20Carlos%20Tello%20Prior.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Vergara, A., Olalla, A., Yturralde, J., y Sorhegui, R. (2020). Responsabilidad social corporativa (RSC) y su impacto en el rendimiento económico de las principales Empresas en Ecuador. *Revista Espacios*, 41(10), 13-20. <http://w.revistaespacios.com/a20v41n10/20411013.html>.

Zárate, R., Beltrán, Y. y González, C. (2020). Relacionamiento con stakeholders en el marco de la responsabilidad social empresarial. *Revista espacios*, 41(32), 211-226. <http://es.revistaespacios.com/a20v41n32/a20v41n32p20.pdf>

