

LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS QUE PERMITEN FORTALECER LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR BANCARIO

Álvarez Anjuli,* Silvestri Karin, ** Rene Hernández**.

Recibido: Octubre 2010 Aceptado: Abril 2011

RESUMEN

El presente estudio tuvo formular lineamientos estratégicos que permitan fortalecer la responsabilidad social empresarial, en el sector bancario del municipio Cabimas. Para la sustentación teórica se utilizaron los aportes de Silvestri (2006), francés (2004), Guédez (2006), Thompson y Strickland (2003), entre otros. Metodológicamente la investigación fue de tipo descriptiva, con un diseño, no experimental y transeccional, la población objeto de estudio estuvo conformado por la gerencia de 12 instituciones bancarias ubicadas en el municipio Cabimas, quienes suministraron la información del cuestionario. concluyendo que el sector bancario, si cumplen con la responsabilidad social; A través de alianzas con otras organizaciones apoyan inversiones en diferentes áreas como la educación, el deporte, en lo artístico, protección del medio ambiente entre otras. Además de estas contribuciones sus aportes también van dirigidos a instituciones como el ortopédico infantil, la red de casa don Bosco, la sociedad anticancerosa y las del niño con cáncer, entre otras. Concluyendo que para lograr el éxito social y gerencial en una organización es preciso pensar en el futuro y esta es una condición necesaria del pensamiento estratégico, debido a que este permite visualizar el futuro y construirlo.

Palabras Clave: responsabilidad social, gerencia, sociedad, éxito social.

* Economista, Magister en Recurso Humanos UNERMB. Miembro del Grupo de Investigación Desarrollo gerencial. Correo: anjuliaalvarezmeister@gmail.com.

** Abogada, Magister en Recurso Humanos URBE. Doctora en ciencias Gerenciales. Miembro del Grupo de Investigación Desarrollo gerencial. Correo: karinsilv@gmail.com.

*** Licda. en Administración, Magister en Recurso Humanos UNERMB. Doctora en ciencias Gerenciales. Profesora de titular de la universidad del Zulia. Coordinadora del Grupo de Investigación Desarrollo gerencial. Correo: reneeher@gmail.com.

GUIDELINE TO ALLOW STRENGTHEN STRATEGIC CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE BANKING SECTOR

ABSTRACT

The present study was to formulate strategic guidelines to strengthen corporate social responsibility in the banking sector Cabimas municipality. For the theoretical basis of the contributions were used Silvestri (2006), French (2004), Guédez (2006), Thompson and Strickland (2003), among others. Methodologically the research was descriptive, with a design not experimental and trans, the study population consisted of management of 12 banking institutions located in the municipality Cabimas, who provided the information in the questionnaire. Concluding that the banking sector, if they meet the social responsibility through partnerships with other organizations support investments in different areas such as education, sport, artistic, environmental protection among others. In addition to these contributions, their contributions also are aimed at institutions like the Children's Orthopedic, the Don Bosco home network, the Cancer Society and the child with cancer, among others. Concluded that to achieve social and managerial success in an organization must look the future and this is a necessary condition for strategic thinking, because this lets you see the future and build it.

Keywords: social responsibility, management, society, social success.

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social, no es un tema novedoso en el mundo empresarial, en virtud que data desde la época de la revolución industrial (Guedez: 2006). Sin embargo, en la actualidad ha cobrado gran interés, definiéndose como un concepto ético y jurídico, cuya finalidad es la toma de conciencia, la cual puede ser individual o colectiva.

Este tema social, nace como respuesta a las necesidades, económicas, políticas, sociales, entre otras, que emergen de la sociedad, donde las empresas no pueden permanecer ajenas a ellas, se podría decir que es una forma de hacer negocio de manera sustentable, siempre teniendo presente que es necesario tener visión de futuro, ya que una empresa visionaria reconoce las ventajas que se derivan de las practicas socialmente responsables.

Uno de los aspectos a destacar, es el impacto negativo y con amplia transcendencia que tienen las decisiones dentro de una

organización, sobre todos los aspectos de la sociedad y el medio ambiente, lo que ha originado nuevos desafíos estratégicos para la empresa. Podría decirse, que el mismo ha permitido el surgimiento de una diversidad de partes interesadas que exigen la rendición de cuenta sobre el impacto de las actividades empresariales con el entorno.

Es importante destacar, que el futuro de las empresas depende en cierta forma del bienestar de la sociedad, ahora bien no es una tarea fácil resarcir los problemas que por décadas ha venido padeciendo la humanidad, sin embargo, actualmente son muchas las empresas que integran dentro de sus planes estratégicos iniciativas sociales, con el fin de agregar valor y así asegurar su futuro.

Aunado a la situación, surge la necesidad de poner en marcha políticas estratégicas hacia las prácticas encaminadas al desarrollo social, que garanticen una coherencia entre los objetivos económicos, sociales y medioambientales.

Planteamiento del Problema

La responsabilidad social no es un tema novedoso en el mundo empresarial, en virtud que data desde la época de la revolución industrial, sin embargo actualmente ha adquirido gran interés todo lo referente a este asunto, convirtiéndose para cualquier organización en el producto de una estrategia de gerencia ética e inteligente.

Se puede decir que la responsabilidad social básicamente comprende la manera de ser, actuar y pensar de las empresas, buscando un fin, la interrelación empresa – sociedad, siempre bajo un criterio ético. Quizás uno de los aspectos mas importantes es el desempeño de las empresas dentro de la vida de las personas, no solo por el hecho que son generadoras de riqueza, empleo e innovación sino porque además constituyen un factor importante al momento de pensar en estrategias que contribuyan al desarrollo de las comunidades en donde están insertas.

Es importante destacar, que la responsabilidad social, más que un tema empresarial, es en primera instancia un asunto esencialmente ético, y la velocidad en que pueda ir, depende en gran medida del grado de sensibilidad en cada una de las personas que conforman la organización.

Según Guédez (2006), la base de la responsabilidad social empresarial se encuentra en la ética, y esta a su vez es el origen de la responsabilidad social empresarial, por lo que es importante destacar que los alcances de la ética son de naturaleza social, y la misma se pone de manifiesto en práctica cuando entra en el entorno netamente social.

En este sentido Guedez (2006), hace referencia a dos cosas importantes, primero que la responsabilidad social y la ética son dos variables que de manera aislada no pueden asegurar el éxito de la empresa; y lo segundo es que vender la ética diciendo que es rentable o vender la responsabilidad social empresarial afirmando que es

un buen negocio, equivale asumir una visión antiética de la ética y una interpretación irresponsable, de la responsabilidad social.

Ahora bien, es importante destacar que el fin o el eje fundamental por la cual se rigen todas las empresas rentables es el lucro, y su fin el permanecer en el tiempo; para lograrlo, es preciso que las organizaciones independientemente de su tamaño empleen estrategias o cursos de acción que les permita lograr los objetivos propuestos dirigidos a esa permanencia en el tiempo.

Así pues, acota la investigadora, que una de las herramientas que toda organización podría cultivar y permitirá a los gerentes encontrar rápidamente las acciones necesarias para obtener el éxito es el pensamiento estratégico. La idea del pensamiento estratégico se fundamenta en las teorías como las de Mintzberg (1998), un pensador líder en el campo de la gestión estratégica, quien la define como el patrón de una serie de acciones que ocurre en el tiempo. Se plantea

entonces la necesidad de pensar estratégicamente, en atención a los requerimientos organizacionales establecidos por la gerencia.

Cabe destacar que así como la base de la responsabilidad social es la ética, también lo es para el pensamiento estratégico, ambas pueden ser conjugadas a fin que puedan ser utilizadas para desarrollar actividades en beneficio de las comunidades emprendiendo acciones que miren hacia el futuro y que impulsen el progreso en beneficios de todos, lo que reafirma la necesidad de pensar estratégicamente hoy día, haciéndola más importante, ya que nos encontramos con cambios tan acelerados, que al mismo tiempo se torna crucial para el crecimiento y supervivencia de las organizaciones.

Por otra parte según investigaciones publicadas en revista como Gerente, Producto, Dinero otras, cada día son más las empresas que se inclinan a formar parte de programas que beneficien o tengan un impacto positivo en la sociedad, dentro de las cuales

resalta el sector bancario venezolano, alegando que para contribuir con el desarrollo del país no se pueden limitar a cumplir solo con los deberes que tienen con su cartera de clientes, sino que se preocupan por invertir buena parte de sus ganancias en la ejecución de prácticas responsables, es decir no solo compiten para ofrecer mejores servicios a sus clientes sino beneficiar a las comunidades.

En atención a lo expuesto el estudio de la responsabilidad social bajo el enfoque del pensamiento estratégico es una necesidad que existe en la sociedad, en razón del ambiente turbulento y cambiante que afecta a las organizaciones así como también a las comunidades carentes de servicios y beneficios, reflejadas en deficiencias de viviendas, salud, educación, traducida en una deficiente calidad de vida, razón por la cual la urgencia de la presencia con organizaciones que contribuyan de alguna manera al aumento del bienestar de las comunidades, desarrollando estrategias que determinen la dirección futura tanto

de la organización como de la colectividad en su conjunto.

BASES TEÓRICAS

Responsabilidad Social

Según Guédez (2006), la responsabilidad es la capacidad que tienen las personas de responder por las consecuencias de lo que hizo o se dejó de hacer. Para el autor la “responsabilidad equivale a responder a los demás, a nosotros mismos, por todo y por todos, todo el tiempo y en todo lugar”. (p.86)

Ahora bien, cuando se abarca el tema de responsabilidad social los autores que manejan este contenido afirman que no existe una definición generalmente aceptada, sin embargo coinciden en que se trata de una forma de gestionar la empresa teniendo siempre en cuenta los objetivos económicos de la misma, y que esta su vez se relacione con los impactos sociales y medioambientales.

Por su parte Gareth y George (2006), “expresan que la responsabilidad social no es más que el punto de vista que tienen los

administradores acerca de la necesidad de tomar decisiones que protejan, fortalezcan y promuevan el bienestar de la organización y de la sociedad en general” (p.134)

Los autores anteriormente mencionados, comentan que existen

cuatro enfoques que determinan el nivel de compromiso que tienen las organizaciones con la responsabilidad social que va desde escasa hasta alta, tal como se detalla en el cuadro N° 1, y se explica posteriormente.



Cuadro 1: Enfoque de la Responsabilidad Social. Fuente: Gareth y George (2006)

El enfoque Obstruccionista: se da cuando las organizaciones se inclinan por no asumir su responsabilidad social, estas tienen conductas poco éticas y además en cierta forma impiden que tal comportamiento sea conocido por los interesados dentro de la organización y la sociedad en general.

Sobre el enfoque Defensivo: es cuando obedecen estrictamente a las obligaciones legales, pero no hacen el más mínimo intento por cumplir

con una responsabilidad social más allá de lo establecido en la ley.

Continuando con el enfoque Acomodaticio: el cual Asumen tanto la responsabilidad social como el aspecto ético, tratando siempre de equilibrar los intereses de ambas partes, sin embargo desde este punto de vista las decisiones emergen como razonables ante los ojos de la sociedad y desde luego hacen lo correcto cuando la situación así lo amerita.

Finalmente el enfoque Proactivo: en este enfoque asumen activamente la necesidad de tener una conducta de responsabilidad social, hacen lo indispensable por enterarse acerca de las necesidades de la sociedad, aprovechan los recursos de la organización para promover los intereses de todos en general y no únicamente de los accionistas.

Responsabilidad Social Empresarial

Para Fernández (2005), la idea principal de la responsabilidad social empresarial consiste en que las organizaciones tienen una obligación sobre los asuntos sociales y que los mismos pueden ser asumidos de forma voluntaria o impuesta por parte de las autoridades.

Por su parte García (2007) expone que la responsabilidad social empresarial es un concepto que implica y obliga a las organizaciones que desarrollan algún tipo de actividad económica a mantener una conducta respetuosa legal, ética; con la sociedad y el medio ambiente.

De allí que la responsabilidad social corporativa es la extensión de un papel corporativo que va más allá de cualquier finalidad económica, sin embargo esta incluye aspectos éticos, legales y voluntarios; se refiere a principios, filosóficos y creencias con respecto al tema. Bateman (2005).

Ahora bien es preciso resaltar que la responsabilidad social empresarial en estas últimas décadas ha adquirido una nueva dimensión, quizás por el interés que el mismo conlleva. Se podría decir que a medida que se han incrementado y ha evolucionado las prácticas de responsabilidad social también lo ha hecho su significado, ahora bien, una de las definiciones más comunes y aceptada a nivel mundial es la del Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), con sede en Brusela, allí se expone lo siguiente: “responsabilidad social es la integración por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medio ambientales en sus

operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

Sin embargo Vives (2004), citado por García (2007) afirma que la responsabilidad social empresarial son prácticas organizacionales, como parte de las estrategias corporativas, que sirven de apoyo a las más importantes actividades empresariales, buscando ante todo evitar daños, promover el bienestar a nivel interno y externo de la organización.

Para tales efectos, una vez que una organización asume la existencia de la responsabilidad social se hace necesario conocer en qué medida, forma y nivel las organizaciones afrontan o asume tal compromiso. Fernández (2005).

El mismo autor comenta que una visión amplia de la responsabilidad social no siempre fue aceptada sobre todo por el novel en economía Milton Friedman (s/f), quien en su momento negó la necesidad que las empresas asumieran responsabilidades más allá de la simple generación de riqueza. Sin embargo para Poter y

Kramer (2003) citado por Fernández (2005) sostienen que esta postura no es del todo cierto por las siguientes razones.

- En primer lugar: considerar que los objetivos económicos y sociales son totalmente opuestos de tal forma que si una organización decide realizar inversiones sociales esto iría en contra de los beneficios económicos.

Para el autor esto no ha de ser necesariamente así, ya que toda acción social ayuda a mejorar el contexto donde se desenvuelve la empresa, la misma logra aumentar sus beneficios y al mismo tiempo refuerza su posición competitiva.

- En segundo lugar: según Friedman (s/f) citado por Fernández (2005), explica que en el caso que la empresa asumiera, realizar actividades sociales su aporte no sería superior a la que podría provenir de otros donantes.

En atención a lo anteriormente expuesto, es importante destacar que hoy día existen empresas sobre todo las multinacionales, que disponen de recursos y capacidades

que en muchos casos son superiores al recurso disponible por el gobierno. En síntesis “la contribución hacia los problemas sociales no debe ser nunca infravalorada” Fernández (2005).

Ahora bien, dentro de este contexto Guédez (2006), establece que para dar una entrada más natural al concepto de responsabilidad social empresarial es necesario definirlo bajo tres términos:

Connotativa: la responsabilidad social empresarial comprende la puesta en práctica de un comportamiento ético, perdurable y competitivo, sin embargo esta definición según el autor no cubre de manera objetiva y práctica la responsabilidad social de una empresa.

Descriptiva: de acuerdo esta connotación, la responsabilidad social empresarial es un conjunto de estrategias que permite identificar, atender, anticipar, las necesidades, expectativas y capacidades de los actores involucrados sean estos internos o externos.

Operativa: promueve el acercamiento con aquellos todos los elementos que permita dar a conocer los pasos o acciones para ser implementadas dentro de una organización, sobre esta base la responsabilidad social empresarial plantea aspectos reaccionados con:

- Estrategias que orienten las acciones.
- Alianzas que aseguren la ejecución de programas.
- Voluntariado que apoye, amplíe y complemente la acción de la empresa.
- Iniciativas de información, educación que sensibilicen y capaciten al colectivo en materia social.
- Ubicación estructural de las responsabilidades organizacionales.
- El balance social que posibilite el monitoreo y la divulgación de los logros.
- Un mercado social que permita compartir y promocionar lo que se hace.

Ahora bien para el autor estas definiciones son más complejas, ya

que la misma se deriva de varias razones; En primer lugar porque la responsabilidad social empresarial debe estar ligada a la misión, visión, y valores de la organización.

En segundo lugar, sugiere un compromiso en valores y sentimientos por parte de la alta gerencia, así como de todos los integrantes de la empresa; sin embargo el argumento del autor parte de que el problema no se limita únicamente a lo que se puede hacer, sino más bien ha como es que se puede vivir dignamente en un entorno que pueda estar hundido en las desigualdades e injusticias.

Estas inquietudes aseguran la cobertura de la responsabilidad social empresarial las cuales se asocian según Guédez (2006) a tres conceptos:

Empresa Socialmente Dispuesta: es aquella donde lo afectivo e intelectual forma la base de una organización, explica Guédez (2006) que la responsabilidad social empresarial inicia en la propia conciencia de la empresa o en este caso en el personal que integra la

misma, partiendo del convicción y disposición por parte de cada una de las personas que compone una organización.

Empresa Socialmente Competente: es la capacidad que adquiere la empresa al llevar adelante estrategias socialmente responsables; según el autor esta capacidad que tiene una organización se relaciona básicamente con el concepto que se tiene sobre competencia social para ser desarrollada por las organizaciones.

Empresa Socialmente Inteligente: es aquella que por tener una importante disposición estratégica y un correcto desarrollo de sus competencias sociales, es capaz de institucionalizar de manera natural todo lo relativo a su responsabilidad social.

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, es importante resaltar que son muchos los estudios que se han llevado a cabo con respecto al tema de responsabilidad social, teniendo como resultado que el mismo se ha convertido en un

estrategia empresarial de carácter filantrópico manifestando así el buen comportamiento de las empresas.

Acota la investigadora, que en la actualidad la dimensión social dentro de una organización es la que inclina la balanza al momento de exponer juicios sobre la calidad de una determinada actividad empresarial, tal situación ha influido que ésta se convierta en unos de los recursos estratégicos importantes para la estabilidad de las empresas independientemente de su tamaño o de su condición social.

Tipo de investigación

Tomando en consideración el propósito y la naturaleza del estudio pautado, el mismo se define como del tipo descriptivo, el cual según Méndez (2001) busca identificar las características que definen los diferentes elementos y componentes de un objeto de estudio delimitando los hechos que componen su contexto. Por otro lado, Hernández y otros (2003) expresa que los estudios descriptivos ofrecen la

posibilidad de generalizaciones empíricas acerca del problema investigado.

En correspondencia a las referencias en cuestión, la presente investigación busca identificar las características de la responsabilidad social tomando como base el pensamiento estratégico del sector bancario en el Municipio Cabimas, para evidenciar cada uno de sus componentes y analizar la relación existente para así mostrar los detalles del contexto.

Diseño de la investigación

La presente investigación se elaboró bajo un diseño transeccional o transversal que, según Hernández y otros (2003), recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único. En el caso de estudio, se tomará un único momento para aplicar el instrumento de recolección de la información que determinará las características del contexto y el desarrollo del mismo. Además, agrega el mencionado autor que su propósito es el de describir variables

y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado.

Siguiendo con el planteamiento de la metodología utilizada la investigación presenta un diseño no experimental, que según Hernández y otros (2003), es la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente la variable o variables estudiadas.

En este mismo orden de ideas, el estudio responde a una investigación de campo, que según Chávez (2007), está orientado a recolectar información relacionada con el estado actual de las personas, objetos, situaciones o fenómenos tal

como se presentan al momento de la recolección de información; es decir, se va al origen donde se encuentra la información requerida.

Población

Bajo este aspecto se conoce como población, según Hernández y otros (2003), al conjunto de elementos perfectamente delimitados sobre el cual se realiza el estudio. Siguiendo la recomendación planteada por el autor, la unidad de análisis se situó en las sucursales bancarias ubicadas en el municipio Cabimas, del estado Zulia, cuya población está compuesta por doce entidades

Cuadro 4
Distribución poblacional

Sucursales	Cantidad
Banco de Venezuela	2
Banco Federal, C.A.	1
Banco Mercantil	1
Banco Provincial	1
Banco Occidental de Descuento	2
Banesco	2
Banco Caroní	1
Corpbanca	1
Banfoantes	1
Total	12

Fuente: Álvarez (2010)

Cabe destacar, que este número de individuos es relativamente pequeño y perfectamente manejable para la investigación, lo que permite utilizar el 100% de la misma. En base a esto la muestra o parte representativa de la población se vuelve la totalidad en el estudio, correspondiéndole la clasificación de censo poblacional.

RESULTADOS

Las instituciones financieras, juegan un papel de suma importancia en el desarrollo económico y social del país, igualmente puede decir que su desempeño en la sociedad no es neutral, sus prácticas socialmente responsables son cada día más evidente, y esto se puede reflejar en los numerosos proyectos sociales en los cuales participa la banca venezolana; en virtud que las inversiones que realiza este sector van destinadas a apoyar proyectos en materia de salud, cultura, deporte,

atención a la infancia y a la tercera edad, entre otros.

Ahora bien, todas las acciones que el sector financiero lleva a cabo, se realizan a través de alianzas estratégicas con otras organizaciones, los cuales brindan las herramientas y recursos necesarios para mejorar el bienestar de las comunidades, en este sentido y de acuerdo a la información suministrada por la gerencia del sector bancario, se obtuvo los siguientes resultados sobre las prácticas sociales que estas instituciones realizan.

Banco Occidental de Descuento: siempre ha apoyado el desarrollo en la región zuliana, extendiéndose a lo largo de los años por todo el territorio nacional, a través de las alianzas estratégicas que mantiene la organización le han permitido el apoyo de programas como lo son: apalancando el futuro, música para todos, ayudemos al lago de Maracaibo, programas raíces de esperanza, entre otros; es importante

resaltar que son muchas las iniciativas desarrolladas por el banco Occidental de Descuento, los cuales tiene como objetivo fomentar el desarrollo sustentable a través de sus proyectos sociales.

Por su parte el *Banco Provincial*, posee con un plan de acción social que opera básicamente en materia de educación y cultura, este proyecto contempla programas como papagayo, el programa de cultura y aportes especiales y el programa educativo de becas de integración; estas inversiones sociales tienen el único objetivo de fortalecer las actividades orientadas a evitar la deserción escolar y la promoción de los valores en los jóvenes.

El *Banco de Venezuela*, dentro de las acciones sociales llevadas a cabo por el grupo Santander, está la educación la cual constituye el eje principal de su inversión social, además de ello posee con diferentes programas que apoyan a fundaciones como la de Don Bosco, y el programa de padrinos corporativos y patrocina en

el portal web Universia, entre otros. Participa en la conservación y protección del medio ambiente, a través de programas como arborización y rescate de áreas verdes; cabe resaltar que para darle apoyo a estas iniciativas ambientalistas, el banco de Venezuela lanzó una campaña a través de los medios de comunicación en pro del respeto a la naturaleza.

Igualmente *Banesco*, la inversión social por parte de esta institución financiera, esta dirigidas a respaldar proyectos de tipo comunitario, además de las áreas de educación y salud; su apoyo económico va dirigido a instituciones como la de fé y alegría, el sistema nacional de orquesta infantiles y juveniles de Venezuela, la fundación contra la parálisis infantil, la sociedad anticancerosa de Venezuela, entre otras instituciones. Otras de las iniciativas sociales es la microfinanza al día, este va dirigido a sectores populares con el fin de mejorar la economía de este sector y el proyecto denominado un techo

seguro, son algunas de las prácticas sociales ejecutadas por este sector.

Mercantil, esta institución cuenta con una fundación denominada "Fundación Mercantil" la cual es el encargado de materializar las prácticas sociales del banco, sus proyectos son de índole educativo, social, de salud y medioambiental; unos de los conocidos, es el de ponerle cariño a tu escuela, además, apoya a instituciones como los comedores Madre Teresa de Calcuta, alianza para una Venezuela sin droga, la red de casa Don Bosco, la sociedad anticancerosa y las del niño con cáncer, la fundación amigos del hogar pediátrico San Juan de Dios, entre otras. Estas son algunas de las instituciones que apoyan la fundación mercantil donde su valor corporativo implica ser un factor de desarrollo para la sociedad.

En lo que respecta la institución bancaria *Corp. Banca*, su responsabilidad social está enfocada hacia todo aquello que promueva y fortalezca la cultura y la educación, el compromiso asumido por esta entidad bancaria tiene como fin el

mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos a través de inversión en áreas artísticas. Corp banca poseen una fundación que se encarga de llevar a cabo todo tipo de inversión social, cabe destacar que esta fundación apoya y lleva a delante iniciativas orientadas a la difusión de manifestaciones artísticas en todas sus disciplinas.

Por su parte, las acciones sociales asumida por el *Banco Federal*, están dirigidas a apoyar diferentes actividades deportivas a nivel nacional, así como también el desarrollo de importantes iniciativas y proyectos de educación, salud y cultura, todo ello es logrado a través de alianzas estratégicas con otros organismos en pro del bienestar de la sociedad.

Para finalizar, se mencionan el *Banco Banfoandes*, cuya inversión social ha estado orientada al apoyo de la sociedad venezolana, es decir, su trabajo social está coordinado la Misión Negra Hipólita, atendiendo a niños, niñas y adolescentes en situación de riesgo o calle; Misión Madres del Barrio, Misión Sonrisa y

además apoyando proyectos socio productivos contribuyendo efectivamente a la reivindicación social del país.

Lineamientos Estratégicos que Permiten Fortalecer la Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, la investigadora acota que las empresas han sufrido un cambio en cuanto al desempeño en la sociedad por ser consideradas de vital importancia para el crecimiento de la economía, en este sentido, las organizaciones independientemente de su naturaleza o de los productos que ofrezcan generan un impacto social, económico y ambiental, lo que ocasiona que estas adquieran responsabilidades frente a las necesidades que se emanan del entorno.

Ahora bien, consciente de esta realidad el sector Bancario en estos últimos tiempos ha logrado una importante evolución sobre el tema de la responsabilidad social, integrando criterios sociales y ambientales en sus procesos,

productos y servicios, acoplándolos positivamente a las acciones ejecutadas en respuestas a los requerimientos y necesidades que surgen de la sociedad, y demás partes interesadas.

No obstante, las inversiones en áreas sociales realizadas por parte del sector bancario en Venezuela conjuntamente con otras instituciones han sido muy significativas, obteniendo resultados positivos para miles de personas en casi todo el territorio nacional, sus aportes van dirigidos a áreas como la educación y la salud ya que estos forman parte principal de los proyectos estratégicos de la banca, además del mejoramiento en los productos y servicios financieros que ofrece a sus clientes, han concebido la responsabilidad social como un valor corporativo sin olvidar que su principal compromiso es el éxito económico que la misma pueda obtener.

Sin embargo, y de acuerdo a los resultados arrojados en esta investigación, todas estas contribuciones aun y cuando son

importantes para la sociedad, no benefician a todas las comunidades en razón que los aportes sociales que realiza el sector bancario en ciertas áreas son centralizadas, por lo que se requiere y recomienda una revisión de su plan estratégico de inversión, permitiendo la inclusión de prácticas sociales a las necesidades que emergen en todos los estados del país.

Para ello es necesario que las principales sucursales bancarias ubicadas en diferentes sectores del país, desarrollen sus propios esquemas de inversión social, mediante la formulación y desarrollo de proyectos específicos, tales como: desarrollo de un programa de educación ambiental, donde se concientice la importancia del medio ambiente, dirigidos a las comunidades cercanas a las instituciones, sin embargo, se es importante resaltar que para lograr el

éxito social dependerá en gran parte de las capacidades, habilidades y del compromiso de la gerencia, de sus colaboradores, y finalmente aprovechando las oportunidades internas y externas de la organización.

Ahora bien, para lograr este objetivo de hacer partícipe a la gerencia, en el desarrollo de proyectos sociales, es necesario pensar estratégicamente, establecer visiones comprometidas a largo plazo, sobre lo que se desea lograr con la responsabilidad social, en beneficios de las comunidades cercanas a las entidades bancarias.

Dentro de este contexto, y asumiendo que el futuro de una organización depende cada día más del bienestar de la población, es indispensable que las empresas logren el éxito social, para ello, se requiere la aplicación de los siguientes elementos.

Cuadro N° 8. Claves para el Éxito Social.



Fuente: Álvarez (2010)

Gerencia

Para Barrios (2000), la gerencia es el lugar donde se toman las decisiones y se orientan las acciones, es decir, es el proceso de lograr que las actividades se cumplan con eficiencia y eficacia, teniendo siempre el apoyo de todo el personal que integra una organización.

Ahora bien, para la autora el espacio donde coincide la ética y la gerencia es donde se origina la responsabilidad social, dentro de

este contexto la gerencia asume el compromiso cuando las decisiones gerenciales afecten negativamente a la sociedad. Barrios (2000).

Dentro de este contexto, la investigadora acota, que el éxito que pueda tener la organización de alcanzar sus objetivos además de responder a los compromisos y obligaciones sociales depende, en gran medida, del desempeño, de la visión de futuro, que tenga la gerencia y su equipo de gestión.

Habilidades y Capacidades

Según Ivancevich, Lorenzi, Skinner (1995), citado por Hernández (2002: 91), y Chiavenato (2002:22) establecen que independientemente del nivel gerencial, todos a lo largo del tiempo adquieren y desarrollan una serie de capacidades y habilidades que se derivan de la experiencia que proporciona los cargos ocupados y de su desarrollo profesional, entre las que se ubican:

Capacidad o habilidad Técnica: se refiere a los conocimientos en determinados procesos, técnicas o herramientas propias del cargo o áreas específicas de trabajo, y a la capacidad para analizar problemas mediante el uso de herramientas técnicas de esa especialidad.

Capacidad de análisis: La capacidad de análisis está relacionada con todo aquello que nos permite extraer conclusiones y previsiones para el futuro, como resultado de relacionar datos recogidos del presente y extrapolarlos con los del pasado.

Capacidad de tomar decisiones: es la capacidad de elegir un curso de acción entre varias alternativas, cabe destacar que la calidad de las decisiones que se tomen determinará la eficiencia de esta.

Habilidad conceptual: consiste en la formulación de ideas, entender relaciones abstractas, desarrollar nuevos conceptos, resolver problemas en forma creativa, etc.; básicamente se podría decir que es la capacidad que permite entender a la organización como un todo.

Habilidad humana: se refiere a la sensibilidad o capacidad de interactuar efectivamente con las personas, en este sentido un gerente interactúa y coopera principalmente con los empleados a su cargo; sin embargo además ellos también tienen que tratar con clientes, proveedores, aliados, entre otros.

Dentro de este contexto, se puede decir que hoy día, se hace necesario mantener actualizado los conocimientos, pero sobre todo es imprescindible desarrollar nuestras competencias y habilidades,

manteniéndolas alineadas a las necesidades del entorno organizacional.

Pensar Estratégicamente

Según Thompson y Strickland (2004:29), en la actualidad es de suma importancia que los gerentes piensen estratégicamente, ya que les permitirá conocer la posición de la empresa a futuro y el impacto que produce los cambios externos a la organización.

Para el autor antes mencionado, pensar estratégicamente, permite tomar de forma más acertada las decisiones, sin embargo es importante tener siempre en cuenta que cada empresa es un ente único y por tanto debe generar las estrategias que mejor se adapta a la organización.

Para Lindgren, y Bandhold, (2003), citado por Puerta (2007), exponen que existe siete principios para pensar estratégicamente, estos son:

- Pensar en paradojas: es continuidad y cambio, estructura y flexibilidad,

principios y rompimientos de reglas, variación y flexibilidad y por ultimo experimentación y concentración.

- Pensar en visiones: Se trata de cómo el comportamiento organizacional cambia cuando la empresa se mueve más allá de su punto de referencia o en otras palabras cuando ellas sobrepasan sus metas o misiones.

- Pensar en jamming: clasificar lo que puede ser controlado de lo que no. Es hacer énfasis en la flexibilidad que es necesaria para el éxito futuro, y la estabilidad que provee la espina dorsal de la organización.

- Pensar en el tiempo: está relacionado con pensar en jamming. El enfoque jamming se basa mucho en el tiempo y cada vez más el tiempo se está convirtiendo en un aspecto estratégico importante.

- Pensar en recursos: cuando las organizaciones crecen y maduran, desarrollan comportamientos específicos, habilidades y tradiciones como respuesta a desafíos tradicionales, estas coleccionan y agregan los recursos tangibles e intangibles necesitados para un tiempo y lugar específico.

- Pensar en el ciclo de vida: la tecnológica básica así como los productos, los mercados y hasta las organizaciones, siguen patrones que podrían ser descritos como ciclos de vida.
- Pensar en experimentos y desafíos: se trata de una actividad exploratoria en distintas direcciones en términos de nuevos productos y mercados. (pág. 19-20).

Ahora bien, de acuerdo a lo expuesto anteriormente, para que una empresa independiente mente de su naturaleza desarrolle sus estrategias es necesario que conozca el entorno que lo rodea, para ello debe realizar un análisis de sus fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA).

Análisis FODA

Según Chiavenato (2002), Thompson y Strickland (2004) y otro autores que abordan la teoría administrativa, exponen que el término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y

Amenazas; y consiste en un análisis que permite determinar el desempeño de la organización, y de esta manera obtener un diagnóstico preciso, permitiendo en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas establecidas dentro y fuera de la empresa. Ahora bien, es importante resaltar que tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas

En este orden de ideas las Fortalezas; son las capacidades especiales que tiene la empresa, colocándolos en una posición privilegiada frente a la competencia, con recursos controlados, poseen capacidades y habilidades, con actividades que se desarrollan positivamente, entre otras. Por su parte las Oportunidades: son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que

permiten obtener ventajas competitivas.

En cuanto a las debilidades, son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia. Recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, por su parte, las Amenazas: son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización. Chiavenato (2002)

Visión Comprometida

Según puerta (2007:47), "la visión es el mapa futuro de la organización, lo que quiere ser, con detalles específicos sobre la tecnología y su enfoque al cliente, las áreas geográficas y los mercados en los que aspira incursionar, las capacidades y competencias que planea desarrollar".

De acuerdo con Silvestri y otros (2006:134), "la visión es la clave para cualquier organización exitosa y la materialización práctica

del pensamiento y la dirección estratégica, pues le ofrece el polo norte, es decir la dirección a seguir tanto por la organización como por sus miembros".

Dentro de este marco de ideas, acota la investigadora, que la importancia de la visión en una organización, radica en que es una fuente de inspiración para el negocio. Sin embargo, cuando, se habla de una visión compartida, este es el compromiso que tienen las empresas de contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida tanto de sus trabajadores, como de la comunidad en general, en este sentido las organizaciones han de tener una visión empresarial, pero también una visión social para optimizar sus resultados en un entorno determinado.

CONCLUSIONES

Luego de haber cumplido con todas las etapas de la investigación, y con base a los aspectos teóricos que lo soportan, se concluye que la responsabilidad social en definitiva es un concepto que involucra el

desarrollo de iniciativas por parte de las organizaciones que pretenden asumirla, sin importar que sean instituciones públicas o privadas o de los bienes y servicios que produzcan, es una visión de futuro.

En lo que respecta precisar las prácticas de responsabilidad social que realiza el sector bancario en el municipio Cabimas, se concluyo en términos generales, que las instituciones financieras analizadas han ido desarrollando programas e instrumentos dirigidos a facilitar la inversión social en casi todas sus dimensiones, como lo es la salud, la educación, el deporte, el medio ambiente, lo artístico, entre otras actividades. El apoyo financiero que realiza la banca venezolana beneficia a instituciones como la red de casa don Bosco, escuelas Fé y Alegría, Hospital del Niño con Cáncer, Hospital Ortopédico Infantil, entre otras instituciones que de una u otra manera le dan solución a los graves problemas que enfrenta la sociedad venezolana.

Es importante resaltar que actualmente el sector bancario

comienza hacer consiente de estos retos y de que su función no se limita únicamente en tener una alta cartera de clientes, sino que la misma tiene la capacidad de transformar la realidad social y ambiental, demostrando que es posible ganar dinero y al mismo tiempo cumplir con la responsabilidad social, lo que pudiera enmarcarse dentro de lo que se denomina humanismo económico.

Finalmente en lo que respecta a formular lineamientos estratégicos que permitan fortalecer la responsabilidad social bajo el enfoque del pensamiento estratégico en las instituciones bancarias en el municipio Cabimas en beneficio de las comunidades, estos lineamientos se diseñaron sobre la base de los resultados obtenidos en la investigación, soportados por diferentes autores como Francés A. 2008, y Guédez 2006, quienes coinciden que la responsabilidad social básicamente busca que exista riqueza, pero que esta se desarrolle sin dejar de lado a la sociedad más desfavorecida, es decir que exista una conjugación entre ambas partes

buscando siempre un equilibrio y que el mismo permanezca en el tiempo.

Dentro de este contexto, es importante resaltar que las inversiones de carácter social realizadas por las instituciones financieras, en pro de la sociedad han sido significativos, sin embargo, estas no cubren todos los sectores de la sociedad, en consecuencia los lineamientos se diseñaron con el fin de lograr el éxito social menos descentralizado; de acuerdo a ello, los elementos que lo integran están conformados principalmente por una gerencia más participativa, con capacidades y habilidades, pensando estratégicamente, aprovechando las debilidades y oportunidades a través de un análisis Foda, finalmente con una visión compartida entre empresa - sociedad.

RECOMENDACIONES

A continuación se presentan una serie de recomendaciones con base a los resultados obtenidos a lo largo de la investigación.

ü Se recomienda mantener y fortalecer las inversiones de carácter social que ejecutan las instituciones bancarias.

ü Fortalecer las alianzas estratégicas y continuar unificando esfuerzos en beneficio de la sociedad en general.

ü Se recomienda a las diferentes gerencias implementar programas o talleres que permitan a todo el personal conocer la importancia que tiene la responsabilidad social, como compromiso social.

ü Se recomienda una revisión del plan social de inversión, en el que se permita maximizar la ejecución de obras sociales en los diferentes sectores del territorio venezolano, donde están ubicadas las entidades bancarias.

BIBLIOGRAFÍA

Álvaro Ríos R. (2006), responsabilidad social empresarial.

www.olade.org7documento2/articulos/2006-03-09

Arzapalo C. Gustavo. (2000) Responsabilidad social Empresarial. Disponible en: www.monografias.com/trabajos47/responsabilidad-social-empresarial.

Bateman Thomas S. y Scott A. Snell. (2005), Administración. Un Nuevo panorama competitivo. Sexta edición. Mac Graw Hill interamericana editores, S.A

Bruni y Márquez (2005). La Responsabilidad Social como Estrategia Empresarial. Debates IESA. Volumen X, numero 4. Octubre-Diciembre. Caracas Venezuela.

Cox S. y Xavier Drupret, (200x). La Responsabilidad Social Corporativa como aporte a la Ética y Probidad Publica. www.angelfire.com/journal12/comunicarse/5/RSEfundlotro.pdf.

Chávez, N. (2000), Metodología de la Investigación

educativa. Venezuela. Editorial ARS Grafica.

Chiavenato I (2002). Administración en los Nuevos Tiempos. Mc Graw Hill. Colombia.

Díaz Barrios Jazmín. (2000), la Ética en la gerencia, vista a través de desarrollo organizacional. Revista Venezolana de Gerencia. Año 5 N° 10. Pág. 49-61

Francés Antonio (2008), Compromiso Social: Gerencia para el siglo XXI. Ediciones IESA primera edición. Caracas Venezuela.

Francés Antonio (2007), de la Responsabilidad Social al Compromiso Social. Debates IESA volumen XII, numero 4. Caracas Venezuela.

Fernández R. (2005). Administración de la Responsabilidad Social Corporativa. Editorial Thompson. España.

Ferrer J. y Martínez J. (2006). Responsabilidad Social de Empresas Oferentes de Servicios Respecto a la

comunidad como Grupo de Interés.
Revista Telos. Volumen 8 numero 1.
Abril, Maracaibo estado Zulia.

García Alina. (2007).
Responsabilidad Social Empresarial
su contribución al Desarrollo
Sostenible. Revista Futuro. Numero
17 volumen V año 2007.

Gareth J. y Jennifer M. (2006).
Administración Contemporánea. Mc
Graw Hill. Cuarta edición. México.

Garza Juan G. (2003).
Administración Contemporánea.
Segunda edición Mc Graw Hill.
México.

Gómez L. y Balkin D. (2002).
Administración. Primera edición
editorial Mc Graw Hill, España.

González E. y otros (2004).
Ética Empresarial. Editorial Vale
Caracas Venezuela.

Goodstein I. Nolan, T. y
Pfeiffer W (2006). Planeación
Estratégica Aplicada. Mc Graw Hill.
Santa Fe de Bogotad, Colombia.

Guédez Víctor (2006). Ética y
Práctica de la Responsabilidad
Social Empresarial. Editorial Planeta
Caracas _ Venezuela.

Hernández S. Fernando C. y
Batista P. (2003) Metodología de la
Investigación. Tercera edición. Mc
Graw Hill. México.

Méndez A. Carlos E. (2001).
Metodología. Diseño y Desarrollo del
Proceso de Investigación. Tercera
edición. Mc Graw Hill. Colombia.

Tthompson y Strickland
(2003). Administración Estratégica,
tercera edición Mc Graw Hill.