

## **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS (PYMES) DEL ESTADO ZULIA.**

Pérez Frías, Arturo\*, Pérez R., Ingrid E. \*\*, Añez Silenis \*\*\*

Recibido: 21/01/2013 Aprobado: 12/09/2013

### **RESUMEN**

El objetivo general de la investigación es caracterizar la contribución de las empresas pequeñas y medianas en la solución de problemas sociales y ambientales del estado Zulia. El artículo presenta revisión introductoria sobre globalización y Responsabilidad Social Empresarial en estudios del tema a nivel de América Latina y Venezuela, de acuerdo a Vives (2011, 2005), Caravedo (2011), Páez (2004, 2010). Su tipo es descriptivo, con diseño no experimental, transeccional y de campo. Se concluye que las pequeñas y medianas empresas del estado Zulia reaccionan frente a situaciones sociales y ambientales en la comunidad, mediante donaciones, sin planes de Responsabilidad Social Empresarial que demuestren asunción voluntaria de sus responsabilidades frente al mercado, la sociedad y el medio ambiente.

**Palabras clave:** Responsabilidad Social Empresarial, globalización, Pequeñas y Medianas Empresas.

\*Profesor – Investigador de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.

E-mail: aperezfrías@yahoo.com

\*\*Profesora – Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela. E-mail: ieperez@msn.com

\*\*\*Profesora – Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela: silenisa@yahoo.es

## **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN SMES ZULIA STATE**

### **ABSTRACT**

The overall objective of the research is to analyze the contribution of SMEs in solving social and environmental problems in Zulia State. The article presents introductory review on globalization and Corporate Social Responsibility in studies of the subject in the Latin America and Venezuela, according to Vives (2011, 2005), Caravedo (2011), Paez (2004, 2010). Its type is descriptive, non-experimental design, transactional and field design. We conclude that small and medium enterprises in Zulia state react to social and environmental situations in the community through donations, without plans demonstrating CSR voluntary assumption of their responsibilities to the market, society and the environment.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Globalization, Small and medium sized enterprises.

## INTRODUCCIÓN

La globalización es una realidad concreta donde la economía mundial se hace cada vez más interdependiente; en ella participan trabajadores, consumidores, comunidades, gobiernos, e instituciones con fines y sin fines de lucro, además se profundizan las relaciones comerciales, sin que se haya obtenido la cohesión para una comunidad humana amplia y fuerte.

En esa realidad, las grandes empresas tienen una influencia a escala global, lo cual representa dos caras de una misma moneda: por una parte pueden ser y de hecho son un factor positivo para que los países se desarrollen, creando fuentes de trabajo y contribuyendo al progreso de la sociedad, a través de la mejora en la calidad de vida de las personas, mediante una mayor relación y participación de las organizaciones dentro de ella.

De ese modo, actúan como ciudadanos corporativos integrados en el cumplimiento de sus deberes y responsabilidades, a la vez que ejercen sus derechos dentro de la

ética y el respeto a los ciudadanos, a las leyes y a la preservación del medio ambiente.

Pero por otra, son capaces de amenazar modos de vida e identidades culturales tradicionales, favorecer la corrupción política, el estancamiento social, con el agravante del inmenso potencial destructivo sobre el medio ambiente, muchas veces definitivo.

A eso se refería Cardozo (2003), cuando subrayaba la creciente necesidad de que las empresas asuman su responsabilidad por los costos sociales que generan, especialmente contaminación, enfermedades y accidentes de trabajo, contribuyendo a su vez con el desarrollo de las comunidades que les permiten llevar a cabo sus actividades.

La situación descrita ha generado dos opiniones claras pero diametralmente opuestas. Quienes ven la globalización como algo positivo, señalan que ésta no es mala per se, pero es necesario encontrar formas de regulación sobre los excesos de grandes y

poderosas organizaciones internacionales.

Para ello deben basarse en un contexto ético en el cual se busque como evitar la degradación del medio ambiente, la desigualdad social, la generación de pobreza, la explotación de trabajadores y las injusticias en contra de las comunidades dentro de las cuales están inmersas.

Desde esa perspectiva, las empresas deben actuar como ciudadanos corporativos, con deberes insoslayables frente a los demás miembros de las comunidades y a sus grupos de interés, en lugar de hacerlo de manera egoísta con una orientación dada solamente a perseguir el lucro.

Quienes se muestran adversos a la globalización, la consideran como una nueva forma de exclusión social que acelera la destrucción del planeta y atenta contra las diferentes culturas, desdibujando la identidad de los habitantes de países y regiones.

Dentro de estas dos corrientes se ha formado a través de los años,

una clara respuesta a los agravios emergentes en la economía global, consistente en un paradigma basado en la ética de las organizaciones e identificado como Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y conocida en Latinoamérica como Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

La RSE, como señalan Briceño, Mejías, y Moreno, (2010) no consiste en la clásica donación caritativa que llevan a cabo empresas, sin relación con su actividad cotidiana. Ella va más allá del altruismo e involucra los planes de la empresa y como integrarse en la superación de las condiciones adversas que enfrenta el entorno en el cual está inmersa.

Ahora bien, la importancia de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) así como las dificultades que enfrentan este tipo de empresas en Venezuela y los esfuerzos llevados a cabo para introducir la RSE en el país, por parte de directivos de empresas transnacionales, cámaras de comercio e industriales, así como

empresarios sensibilizados por los avances de la RSE a nivel mundial, crearon en los autores de este artículo la inquietud de investigar sobre la problemática.

Esto llevó a indagar hasta donde han incursionado las Pymes en el nuevo paradigma, e identificar programas hacia el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades en las cuales se encuentran ubicadas.

En el artículo se muestran resultados parciales de la investigación financiada por el Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico y Tecnológico de la Universidad del Zulia (CONDES) e identificada con el título "Responsabilidad Social Empresarial en las Pymes del Estado Zulia".

Se consideran en esos resultados la información obtenida en los municipios Mara y Rosario de Perijá del estado Zulia, correspondiente a identificación de programas de RSE, sus formas de aplicación y estrategias de mayor éxito utilizadas por las Pymes,

actuando como empresas socialmente responsables.

El tipo de investigación es descriptiva, con un diseño de investigación no experimental, transeccional y de campo. A partir del marco muestral se determinaron dos poblaciones: 161 Pymes en El Moján y 231 en La Villa del Rosario, dando un total de 392 organizaciones.

Para fines de la investigación, se aplicó un cuestionario con 23 ítems a una muestra de 39 empresas escogidas al azar: 16 en El Moján y 23 en La Villa del Rosario. Las empresas fueron Pymes ubicadas en el Sector Servicios. El director gerente en cada organización fue escogido como sujeto informante.

### **El concepto de RSE en las Pymes latinoamericanas**

Caravedo (2010), señala que en el marco de la búsqueda del desarrollo sostenible, la Responsabilidad Social es un paradigma, a través del cual las empresas podrían construir el nuevo significado que deben tener las

organizaciones con su entorno externo e interno. Sostiene que implica una ética, imbuida de valores y principios, tales como el respeto de los colaboradores, el proceso técnico que impacta en el medio ambiente, a la escucha y consulta con los stakeholders, así como la generación de identificación y confianza con la comunidad mediante la transparencia, todo lo cual se plasma a través de la forma en que las organizaciones hagan la gerencia.

Como paradigma, la RSE es una vía para alcanzar el desarrollo sostenible, como lo destaca Caravedo (2010); al aplicarlo, la empresa actúa como socialmente responsable. No obstante, se ha determinado que para las Pymes latinoamericanas, la RSE es un tema en formación en la mayoría de los países del continente, de acuerdo a un estudio realizado por Vives; Corral e Isusi (2005), en el cual destacan la ausencia de una definición específica sobre el concepto de RSE para las Pymes, de forma que las definiciones que se

utilizan son de carácter transversal al tamaño de la empresa, y consideran que este hecho se debe en parte a la propia noción de RSE, pues esta constituye un tema limitado principalmente a las grandes empresas.

Por otra parte, en su estudio complementan la idea subrayando que la RSE no nace desde la base empresarial propia latinoamericana, sino se trata más bien de un tema importado por parte de las filiales de las grandes multinacionales extranjeras, al cual empresas y gobiernos nacionales están prestando una atención creciente.

En ese orden de ideas, resulta apropiado destacar la influencia que el esfuerzo llevado a cabo por la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), plasmado en un papel de trabajo con el Título Libro Verde, "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas" ha tenido sobre las Pymes latinoamericanas, especialmente en la orientación hacia la conformación de

organizaciones que impulsen la RSE en esas empresas.

La Comisión de las Comunidades Europeas (2001), aportó una definición de RSE en la cual afirma que “La responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio.”

Queda claro que para la Comisión, ser socialmente responsable va más allá del cumplimiento pleno de las obligaciones jurídicas, pues las empresas deben invertir más en capital humano, cuidar el entorno, así como las relaciones con sus interlocutores.

Por otra parte, el papel de trabajo presentado por la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), se refiere a la experiencia adquirida a través de la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente, la cual sugiere que aplicar la responsabilidad social a lo interno y

externo de las organizaciones, es ir más allá del cumplimiento obligatorio de los requisitos establecidos en las leyes, permitiendo aumentar la competitividad de las empresas.

La COM (2011), en su esfuerzo por promover la RSE, ha desarrollado una nueva definición de Responsabilidad Social Corporativa considerando “la responsabilidad de las empresas por sus impactos sobre la sociedad”. De igual forma destaca que para cumplir totalmente con su responsabilidad social, las empresas requieren tener activado un proceso que integre lo social, lo ambiental, lo ético, los derechos humanos y los aspectos concernientes a los consumidores, dentro de sus operaciones de negocios y en su estrategia medular.

Para ello, las empresas deben mantener una estrecha colaboración con todos sus grupos de interés, “dolientes” o “stakeholders”, a fin de maximizar la creación de valor para accionistas, empleados, consumidores y la sociedad en su conjunto, identificando, previniendo y mitigando los posibles impactos

adversos, tanto internos como externos a la organización.

En tal sentido, resulta indispensable la comunicación como parte de la responsabilidad social de las empresas. Briceño et al (2010), consideran que significa comunicar su realidad a los distintos dolientes, tanto internos como externos y a la opinión pública en general.

La responsabilidad social es parte de la construcción de cultura, identidad e imagen corporativa, siendo una variable fundamental en el desarrollo de los activos intangibles, que sustenta la reputación y confianza en las empresas para favorecer sus objetivos de negocio, sociales, medio ambientales y de desarrollo sustentable.

Por tales razones, la Responsabilidad Social Empresarial es un elemento de suma importancia en la definición de estrategias empresariales para compañías, corporaciones multinacionales y en general para grandes empresas.

Es así como debe ser percibida por las Pymes, para la

formulación de planes estratégicos que las integren a sus comunidades y les permitan lograr sus objetivos, consolidando aportes a la sociedad, defensa del medio ambiente y desarrollo sustentable.

Por otro lado, Cardozo (2003) confirma la concepción destacada en los párrafos anteriores, al percibir la Responsabilidad Social Empresarial como un conjunto de acciones que las empresas realizan para mejorar las condiciones de vida, más allá de aquellas estrictamente obligatorias por ley, debiendo realizar sus acciones con pleno respeto a la dignidad de sus destinatarios, desechando actitudes paternalistas, lo cual coincide en esencia con lo expresado por la Comisión en el Libro Verde (COM, 2001).

Para hacerlo, la organización responsable demanda un conjunto de prácticas rigurosas, un liderazgo fuerte, unas prácticas de gestión sólidas y un buen sistema de información en que éstas puedan apoyarse, para lograr una empresa exitosa que esté en condiciones de

aplicar el paradigma de la RSE (Epstein y Birchard, 2002).

De acuerdo a lo expuesto, no hay una definición específica para las Pymes, como lo señalan Vives et al (2005), con el agregado de ser un

La RSE consiste en la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado y la sociedad así como sobre el medio ambiente y las condiciones de desarrollo humano.

Ese asumir responsabilidades voluntarias, destacado por Francés (2005), significa lograr la transformación de las empresas en una actuación de líderes hacia la solución de problemas sociales y a contribuir activamente con iniciativas que den respuestas a los mismos. Pero no se puede dejar de lado, como la asunción voluntaria de responsabilidades puede ser vista entre las empresas y su relación con el crecimiento económico.

En tal sentido, Caracciolo (2008), insiste en que el crecimiento económico promovido en un país, no garantiza lograr el desarrollo equilibrado del mismo, pero eso sí, va a generar un alto impacto en las relaciones económicas, políticas,

tema en formación en la mayoría de los países latinoamericanos. Por tanto, resulta congruente adoptar entre varias, la definición desarrollada por Francés (2005:9):

sociales y en el medio ambiente que integra una sociedad, pues las empresas son los principales actores en una economía de mercado, agentes de la apertura comercial y la globalización.

Esto lleva consigo la necesidad de sensibilización en los empresarios con el fin de incorporar la RSE como vía voluntaria de integración empresa-sociedad, para buscar ese desarrollo equilibrado y a la vez asumir el liderazgo en la solución de problemas sociales, ambientales y de desarrollo humano tal y como lo indica Francés (2005) en su definición.

Ahondando en la situación previa al avance actual de la RSE en Latinoamérica y particularmente en

Venezuela, con el fin de comprenderla mejor, resulta válido acercarse a una explicación experta sobre el tema: Caravedo (2011) considera que dentro de la cultura, el paternalismo ha sido uno de los elementos que ha caracterizado más a América Latina.

Caravedo (2011), complementa su consideración señalando que en Latinoamérica uno de los factores que más ha incidido en la constitución de sus gobiernos, empresariados y sociedades, ha sido la conformación de relaciones y vínculos dependientes entre los distintos estamentos sociales, asociados a una marcada desigualdad en la distribución de los ingresos, en la extensión de la pobreza y en la concentración del poder político, económico y social.

Agrega Caravedo (2011), que los instrumentos mediante los cuales se ha logrado aliviar las diferencias son la religión y la caridad de las empresas familiares, mientras que la filantropía ha sido el "brazo social" utilizado especialmente por las empresas medianas o grandes.

En relación con la realidad venezolana y muy cercano a lo señalado en el párrafo anterior, Méndez (2009a) se refiere en su estudio sobre el tema a ciertos aspectos que se relacionan con lo expresado por Caravedo (2011), al señalar como el siglo XX arrancó en Venezuela con la presencia de casas comerciales, que fueron el principal poder económico en los primeros años del siglo. Estas se transformaron posteriormente en importantes firmas, compañías y bancos, cuyos nombres se vincularon a la postre a las primeras fundaciones familiares así como a las iniciativas colectivas que se desarrollaron durante todo el siglo.

Los grupos nacionales se vincularon con la sociedad mediante acciones como fueron los servicios sociales para sus trabajadores y la creación de fundaciones de empresarios con proyección hacia la comunidad en temas específicos como salud, ciencia, historia, educación y desarrollo agrícola.

Lo destacado por Caravedo (2011) y Méndez (2009a), relativo a

las actuaciones empresariales en Latinoamérica y particularmente en Venezuela, sirven para demostrar que la acción voluntaria de las empresas especialmente en el sector privado, representan un terreno fértil donde aplicar el concepto de RSE, con planes y acciones orientados a mejorar las condiciones de vida de la sociedad latinoamericana.

Al profundizar en el tema, Vives (2011), apunta que en el caso de América Latina, más del 60% de las empresas son Pymes, incluyendo microempresas de acumulación y proporcionan entre el 40% y 50% del empleo. Si se incluyen las microempresas de subsistencia, las cifras suben al 99% y más del 60% respectivamente.

Aun cuando estas estadísticas varían de país a país y son difíciles de consolidar, ya que los países usan diferentes definiciones de tamaño y las captan en diferentes fechas, se puede generalizar que la gran mayoría de las empresas son Pymes y tienen una contribución significativa en el empleo y la producción.

El estudio señala que las grandes empresas apenas llegan al 1% en cantidad de empresas, aunque su contribución al empleo y la producción son elevadas, del orden del 40% y 50% respectivamente. Adicionalmente, muchas de las empresas son de propiedad familiar o de muy pocos dueños.

### **Las Pymes en Venezuela**

En el caso venezolano, un estudio previo realizado por Vives et al (2005), sobre las (Pymes) y la Responsabilidad Social, destacó la dificultad de obtener información exhaustiva sobre el fenómeno Pyme, debido a la falta de estadísticas comprehensivas del fenómeno. Sin embargo, la información disponible permitió comprobar que el 90,2% de los establecimientos industriales existentes en el país corresponden a Pymes, no incluyendo a las microempresas. Estos hallazgos resultan coherentes con el panorama latinoamericano ya descrito.

Por otra parte, Urdaneta (2008) hace una importante

acotación sobre las prácticas de RSE en Venezuela, subrayando como éstas se presentan minimizadas en algunos sectores económicos poco desarrollados, mientras grandes corporaciones con presencia en este y otros países latinoamericanos, han importado las mejores prácticas, integrándolas como parte de sus principios y valores. Esta afirmación brinda elementos adicionales que clarifican la situación en Venezuela y permiten vislumbrar una brecha entre el conocimiento y manejo de la RSE por parte de las grandes empresas en contraposición con lo que se realiza a nivel de las Pymes.

En ese orden de ideas, Páez (2004), destaca que para los primeros años de la década, el grueso de las empresas pequeñas y medianas se encontraba en los sectores de comercio y servicios, en tanto que apenas un 14% de los establecimientos eran industrias manufactureras.

Por otra parte, Páez (2010) indica que para el 2009, en Venezuela un 99% de las empresas formales eran pequeñas y medianas

(Pymes), tomando en cuenta que aquellas con más de 100 trabajadores, representaban el 0.8% del número total de empresas.

Aun más, Páez (2004) subraya que ya en el 2003, cerca del 50% de la población económicamente activa se desempeñaba en lo que se denomina economía informal, en el cual participan un número indeterminado de micros y pequeñas empresas. Esta conformación se puede ver como un tejido empresarial, constituido por unidades de pequeñas dimensiones, centradas en actividades de comercio e incluyendo unidades productivas con muy poco rendimiento.

Ahora bien, para el 2010, las empresas del sector privado incluidas las Pymes, tuvieron una reducción del 15.1%, mientras el grupo de mayor crecimiento fue el informal con aumento interanual del 4.1% (Tejero, 2011).

De acuerdo con ello y buscando explicar el auge de la economía informal en Venezuela, Páez (2010) destaca como la

influencia del marco legal puede actuar promoviendo o disuadiendo la actividad empresarial.

Páez (2010), subraya que América Latina está plagada de evidencias confirmatorias de cómo el marco legal y la inseguridad jurídica asociada han servido de instrumentos que promueven la informalidad y desestimulan la inversión privada, causando un impacto negativo en lo relacionado con la RSE.

Una explicación posible a la situación descrita, la brinda Méndez (2009b) destacando que el Estado no está interesado en una verdadera discusión sobre la RSE, pues le interesa más discutir el futuro de las empresas capitalistas y el papel del sector privado como proveedor de bienes y servicios, mientras coloca en plano secundario la discusión sobre la RSE de las empresas en ese modelo.

Como refuerzo a lo señalado, Páez (2010) hace referencia a una situación particularmente preocupante, pues destaca la aparición de cambios bruscos que

han puesto en jaque el propio concepto de propiedad privada. Se refiere al ataque a la democracia y a los derechos humanos fundamentales, como el de la expresión e información y la propiedad privada, para sólo citar dos de los derechos básicos. Señala que se ha superado el discurso, el cual ha adquirido concreción en leyes, normas y procesos administrativos que han mantenido en terapia intensiva al sector empresarial.

Para Páez (2010), el andamiaje legal ha sido reforzado con un conjunto de medidas administrativas, impositivas y de fiscalización asfixiante, que tocan temas como la administración de las divisas, los controles de precio, el control de cambio en un país que importa gran parte de lo que consume, la protección arbitraria a empresas y sectores, los temas impositivos locales y nacionales, entre otros aspectos.

Ante esa situación, resulta obvio prever que la consecuencia del panorama descrito, es la asfixia de

la actividad privada formal y la consecuente expansión de la informal, cercenando el posible interés que pudiera existir en las Pymes, relativo al establecimiento de estrategias e implementación de programas en RSE, concentradas en cumplir todas las exigencias que el Estado les impone y las limitaciones a las cuales se ven sometidas.

### **Análisis de los Resultados**

En la identificación de programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en empresas pequeñas y medianas (Pymes), se procedió a indagar sobre el tema con los sujetos informantes, considerando áreas sensibles, como son ambiente, salud, nutrición, cultura, educación y deportes. Lo obtenido se resume en la siguiente tabla:

**Tabla 1**  
**Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

<b>PROGRAMA EN</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>RANGO</b>
DEPORTES	24	61,5	1°
EDUCACION	22	56,4	2°
CULTURA	13	33,3	3°
SALUD	12	30,8	4°
AMBIENTE	6	15,4	5°
OTROS	4	10,3	6°
NUTRICION	0	0	7°

Fuente: Pérez F, Pérez y Añez (2011)

Un total de 24 empresas, de las 39 consultadas, coincidieron en dar al área Deportes la mayor prioridad, seguida por Educación, señalada por 22 empresas, luego Cultura con 13 respuestas, mientras Salud contó con 12 en total, mientras Nutrición no fue tomada en cuenta.

Expresado porcentualmente, un 61.5% de la muestra identificó al área Deportes como la más importante para realizar programas de RSE y en segundo lugar al área Educación, mientras el área Ambiente ocupó la quinta posición, correspondiendo a un 15.4% de la

muestra, quedando en el último lugar el área Nutrición que no fue considerada por ninguno de los sujetos informantes.

Como puede apreciarse, las empresas entrevistadas colocan en segundo plano o dan poca importancia a dos áreas especialmente sensibles como son Ambiente y Nutrición. Unido a lo anterior, está presente un bajo índice de respuestas.

La media para el conjunto de respuestas dadas, alcanza a 11,57 frente a las sin respuesta con media de 27,43, lo cual sugiere poco involucramiento de las empresas en elaborar y poner en marcha programas de RSE, destacándose una baja participación de las empresas para realizar los programas y un desequilibrio en la identificación de áreas donde llevarlos a cabo.

Al dar baja prioridad a dos importantes áreas de apoyo a la comunidad, se percibe una confusión entre acciones de colaboración en las áreas y el desarrollo de programas propiamente dichos. Los

resultados resaltan un desarrollo muy limitado en las prácticas de RSE, coincidiendo con lo planteado por Urdaneta (2008) relativo a su falta de desarrollo en Venezuela.

Por otra parte, lo aportado por los sujetos informantes, orienta a considerar como posibilidad la creación de programas de RSE a partir de las áreas con mayores índices de respuesta, mediante elaboración de planes concretos que formen parte de sus estrategias empresariales.

Adicionalmente y de acuerdo con la definición de RSE dada por Francés (2005), el bajo nivel de respuestas suministradas por las Pymes lleva a suponer que existe baja prioridad para el uso del modelo y/o poco conocimiento de la RSE en esas empresas, lo cual afecta en cualquiera de los dos casos, el poder asumir sus responsabilidades en lo relativo a la sociedad, el medio ambiente y el desarrollo humano.

En segundo lugar, se procedió a caracterizar las formas de aplicación de estrategias de RSE utilizadas por las Pymes,

encontrando que el 89,7% de la muestra consideró Donación como la forma más común de hacerlo, en contraste con las demás opciones consideradas.

En orden de importancia aparecen luego Formas de

aplicación en deportes, Educación, Financiamiento, Formación de recursos humanos, Filantropía, Alianza con ONG, Alianza con otras empresas, tal y como se aprecia en la Tabla 2:

**Tabla 2**  
**Formas de Aplicación de Estrategias de RSE**

FORMAS	FRECUENCIA	%	RANGO
DONACIÓN	35	89,7	1°
DEPORTES	13	33,3	2°
EDUCACIÓN	11	28,2	3°
FINANCIAMIENTO	9	23,1	4°
FORMACIÓN DE RHH	5	12,8	5°
FILANTROPIA	4	10,3	6°
ALIANZA CON ONG	2	5,1	7°
ALIANZA CON OTRAS EMPRESAS	1	2,6	8°
VOLUNTARIADO	0		
SANEAMIENTO AMBIENTAL	0		
ALIANZA CON ORG GUBERNAMENTALES	0		
OTRAS FORMAS	0		

Fuente: Pérez F, Pérez y Añez (2011).

Los sujetos informantes no tomaron en cuenta Voluntariado,

Saneamiento Ambiental, Alianza con organizaciones gubernamentales y

otras formas. El valor medio de respuestas se ubicó en 6,7, correspondiendo esto a un bajo nivel de participación de las empresas, en relación con las formas de aplicación de estrategias de RSE. Es a partir de esos resultados que se aprecia un bajo conocimiento de RSE en cómo desarrollar y aplicar las estrategias enmarcadas en este paradigma.

Al comparar los resultados con las características esbozadas por Caravedo (2011) sobre las empresas familiares y grandes empresas en lo relativo a la caridad y la filantropía, se hace factible concebir la idea de acciones reactivas por parte de las Pymes para contribuir a la solución de problemas particulares, mediante las donaciones.

Lo anterior lleva a considerar que las Pymes realizan acciones aisladas, no incorporadas a un plan estratégico, lo cual coincide con lo destacado por Briceño et al (2010) sobre como la RSE va más allá del altruismo, pues la donación caritativa clásica no tiene relación con la planificación y actividades

estratégicas de la empresa, a diferencia de la RSE, que si la tiene.

Por otra parte, los resultados son contrarios a lo señalado por Francés (2005) en su definición, relativo a la asunción voluntaria por parte de las empresas de responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre el mercado, la sociedad, el medio ambiente y el desarrollo humano.

En tercer lugar, como se aprecia en la Tabla 3, se determinaron las estrategias más exitosas en la aplicación de RSE por las Pymes, colocándose en primera posición Compenetrarse con la comunidad, en este caso, 21 empresas la señalaron, mientras 18 escogieron otras opciones o no respondieron. Desarrollo del deporte aparece en segundo lugar con 17 empresas que respondieron, mientras 22 se abstuvieron de hacerlo. En tercera posición Mejoramiento de la Educación con respuestas de 15 empresas, mientras 24 no la consideraron.

**Tabla 3**  
**Estrategias más Exitosas en la Aplicación de RSE**

RANGO	ESTRATEGIAS	EMPRESAS	Porcentaje
1	Compenetrarse con la comunidad	21	53,85
2	Desarrollo del deporte	17	43,59
3	Mejoramiento de la educación	15	38,46
4	Mejoramiento de la imagen	12	30,77
5	Alianza con ONG	4	10,26
6	Proteger el patrimonio	4	10,26
7	Otras estrategias	2	5,13
8	Ampliar el mercado	2	5,13
9	Protección ambiental	2	5,13
10	Alianza con otras empresas	2	5,13
11	Alianza con org gubernamentales	2	5,13

Fuente: Pérez F, Pérez y Añez (2011)

En cuanto a buscar el Mejoramiento de la imagen de la empresa, 12 empresas respondieron positivamente y la colocaron en cuarta posición. El resto, 27 empresas, no la tomaron en cuenta. Las siete estrategias restantes tuvieron muy bajo volumen de respuestas y aparecen completando el rango desde la quinta a la onceava posición.

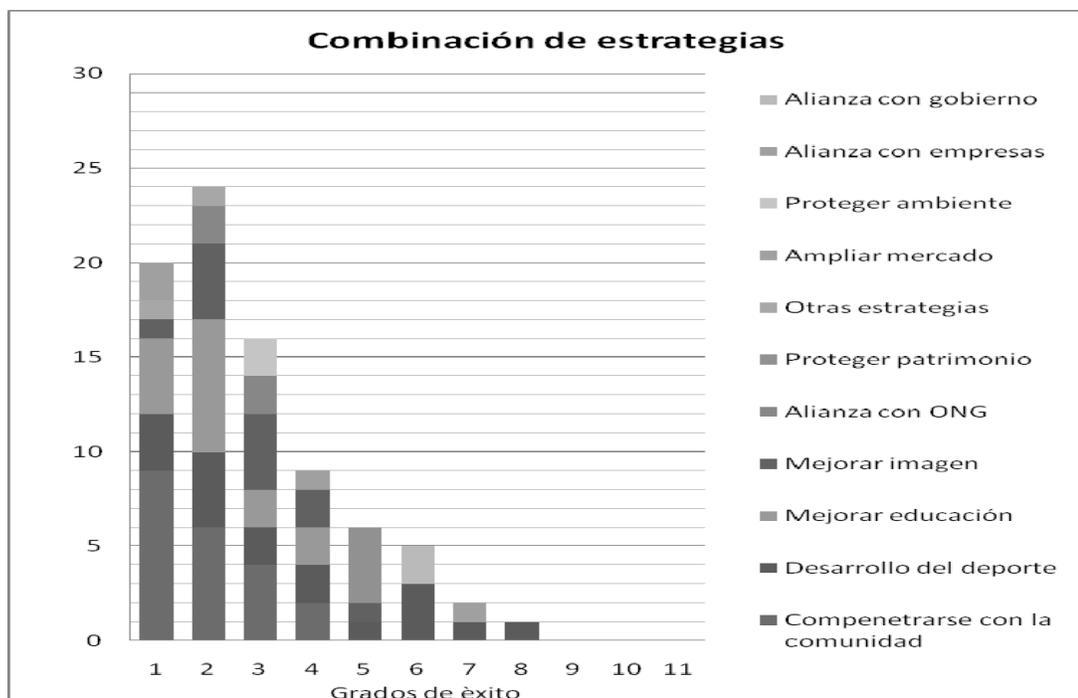
La media de respuestas fue baja, alcanzando un valor de 7,36 sugiriendo poca participación de los integrantes de la muestra en el manejo de estrategias para la aplicación de RSE. Pero en estos resultados queda claro que las empresas dan mucha importancia a la integración con la comunidad, lo cual se consolida con las acciones referidas a desarrollar el deporte, mejorar la educación y la imagen

empresarial, las cuales van de la mano para lograrlo.

Nuevamente resalta que dan poca importancia a la protección del ambiente. La forma de cómo ven la situación se concentra en ser aceptados por la comunidad, pero no

están claros en cuanto al significado de la RSE y como aplicarla para lograrlo. Ampliando la perspectiva, en el Gráfico 1 puede apreciarse cómo se distribuyeron los grados de éxito asignados por las empresas en las diferentes estrategias.

**Gráfico 1**  
**Combinación de Estrategias Exitosas**



Fuente: Pérez F, Pérez y Añez (2011)

La más exitosa, de acuerdo con los sujetos informantes, fue Iniciativa social para compenetrarse con la Comunidad, con 17 respuestas, en las cuales se combinan grados de éxito que van de mayor (1) a menor (4). En segunda posición se coloca

Desarrollo del Deporte, con 17 respuestas, asignando grados de éxito desde 1(mayor) hasta 8 (menor).

A continuación se colocan Mejora de la educación con 15 respuestas, Mejora de la imagen de

la empresa con 12 y luego, con valores bajos, aparecen Alianza con ONG, Protección del patrimonio de la empresa, Otras estrategias, Ampliación del mercado, Proteger el ambiente y Alianza con otras empresas.

En el Gráfico 1, se destaca como las empresas que contestaron dan valoración a las diferentes estrategias. En la de mayor puntuación, Compenetrarse con la comunidad, nueve empresas aparecen considerándola como de mayor éxito (grado 1), seis empresas con grado 2 de éxito, cuatro empresas en grado 3, y dos empresas en grado 4.

Por su parte la segunda estrategia en puntuación, Desarrollo del deporte, es observada por tres empresas como la de mayor éxito; cuatro la colocan en un grado 2 de éxito, dos en grado 3, dos en grado 4, una en grado 5, tres en grado 6, una en grado 7 y una en grado 8 de éxito.

Puede apreciarse igualmente como la estrategia Mejorar Educación, es contemplada por

quince empresas distribuyendo los grados de éxito entre 1 y 4.

La siguiente estrategia es Mejora de la imagen de la empresa, en la cual se aprecia como quince de las treintainueve empresas la colocan entre los grados de éxito 1 a 5. Las demás estrategias tienen puntuaciones bajas y puede notarse en el Gráfico como se distribuyen los grados de éxito en cada una de ellas. Llama la atención especialmente la estrategia Proteger el ambiente: solamente dos empresas la consideraron, asignando valoración de 3 en grados de éxito de la estrategia.

Las empresas entrevistadas establecieron con sus respuestas un rango con relación a las estrategias que consideraban como más exitosas para ellas. La mayor importancia se da a Compenetrarse con la comunidad, Desarrollo del deporte, Mejoramiento de la educación y Mejoramiento de la imagen de la empresa.

Por otra parte, al revisar la posición asignada en importancia y medida en grados de éxito se

encuentran discrepancias en como perciben los empresarios esas estrategias en contraste con los resultados reportados en la aplicación, confirmándose así la relevancia dada a los deportes, la educación y la mejora de la imagen, pero también un conocimiento deficiente sobre la RSE.

Previamente se indicó como las donaciones eran formas puntuales de colaborar y las áreas donde ha sido mayor su aplicación es en deportes y educación. Por otra parte, toma sentido que las contribuciones hechas a esas áreas estén relacionadas con lograr que en la comunidad mejore la imagen empresarial.

Ahora bien, se contradice la forma de aplicación de estrategias cuando los empresarios consideran de manera mayoritaria la donación como forma común de abordar situaciones en la comunidad frente a las demás escogencias señaladas por ellos, que deberían corresponderse con planes estratégicos bien definidos, los cuales no se perciben. Más bien, se

nota confusión en el manejo de los términos al manejar acciones puntuales como aplicación de estrategias.

Pero si se observa lo encontrado en Programas, dónde lo crucial es Deportes y Educación, sumado a los resultados más destacados en Formas de aplicación de estrategias, los cuales se resumen en Donación, Deportes y Educación, comparándose con lo encontrado en Estrategias más exitosas, las cuales fueron Compenetrarse con la comunidad, Desarrollar el deporte, Mejoramiento de la educación y Mejoramiento de la imagen de la empresa, se aprecian coincidencias.

Sin embargo, lo anterior conduce a la idea de la intervención empresarial, principalmente a través de donaciones, en actividades de la comunidad que no llegan a plasmarse en planes concretos de RSE relativos a las propias actividades empresariales. Esto de acuerdo con Vives et al (2005), tiene que ver con la RSE como tema en formación en la mayoría de los

países, especialmente en las Pymes, pues se trata más bien de un tema importado por parte de las filiales de las grandes multinacionales extranjeras, encontrándose su aplicación principalmente en las grandes empresas.

Por otra parte, Urdaneta (2008) al referirse a las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela, avala lo anterior, al indicar que las mismas se presentan minimizadas en algunos sectores económicos no desarrollados plenamente, mientras las grandes corporaciones con presencia en este y otros países, han importado las mejores prácticas, integrándolas como parte de sus principios y valores.

## **CONCLUSIONES**

A partir de la identificación de programas de responsabilidad social empresarial y el medio ambiente reportados por Pymes ubicadas en los municipios Mara y Rosario de Perijá del estado Zulia, se concluye que las Pymes confunden programas con acciones puntuales, dando

prioridad a las áreas de Deportes, Educación, Cultura y Salud, pero no así Ambiente y Nutrición,

Adicionalmente a lo demostrado por las Pymes sobre implementación de programas en RSE se une la necesidad de cumplir todas las exigencias que el Estado les impone, junto a las debilidades sobre el conocimiento de la RSE y sus deficiencias en la aplicación como modelo.

Resulta factible que en el lógico avance del conocimiento del paradigma por parte de los empresarios, se precise el significado de programas directamente relacionados con los objetivos organizacionales, especialmente dentro de las áreas en las que hubo mayor incidencia de respuestas, con la elaboración de planes concretos dentro de sus estrategias organizacionales.

En segundo lugar, se caracterizaron las formas de aplicación de estrategias de RSE en las Pymes. Los resultados permiten concluir que las Pymes privilegian las donaciones como acciones

voluntarias para cumplir con diversos requerimientos de la comunidad, pero eso no conforma planes estratégicos ni incluye RSE como parte integral de las actividades de dichas empresas.

Sus acciones son reactivas, en lugar de corresponder a una planificación dentro de las actividades globales de la empresa. Hay confusión entre el significado de estrategia y acciones puntuales, divorciadas de lo esencial de la planificación estratégica de las Pymes.

A continuación, se determinaron las estrategias más exitosas en la aplicación de la RSE por parte de las Pymes, las cuales quedaron ubicadas en once posiciones, siendo la primera Compenetrarse con la comunidad, luego Desarrollo del deporte, Mejoramiento de la educación, Mejoramiento de la imagen de la empresa, quedando en el noveno puesto Protección del ambiente. Se aprecia un interés genuino por parte de los empresarios para que sus empresas sean aceptadas como

miembros de la comunidad, pero es poca la importancia dada al ambiente.

Por otra parte, se considera que la intervención por parte de las Pymes a través de donaciones, se orienta hacia la comunidad pero sin plasmarse en planes concretos de RSE que se integren dentro de las actividades empresariales.

En líneas generales, la RSE consiste en que las empresas asuman voluntariamente las responsabilidades derivadas de los efectos de su actividad sobre mercado, sociedad, medio ambiente y condiciones de desarrollo humano. Pero en contraposición, las Pymes mostraron que se limitan a reaccionar frente a situaciones en la comunidad, sin evidenciar elaboración de planes de RSE que orienten el cumplimiento voluntario de sus responsabilidades frente al mercado, la sociedad, el medio ambiente y el desarrollo humano.

La situación es compleja. Resulta necesario profundizar en su análisis. Sin embargo, comprender la influencia de la realidad

venezolana actual en las Pymes permite explicar cómo las circunstancias políticas, legales y económicas han provocado una crisis.

La inseguridad jurídica, el avance de la delincuencia, el ataque a la propiedad privada, la desaparición de empresas, el aumento de la pobreza, el desempleo y las exigencias que cada vez más hace el Estado al sector empresarial a través de requisitos legales e impositivos, colocan a las Pymes en niveles de sobrevivencia.

En ese panorama, se hace difícil dar prioridad a incrementar el conocimiento y favorecer el desarrollo continuado de la RSE en las Pymes, como parte de su planificación estratégica, perjudicándose así la actuación de esas empresas en el logro de sus objetivos de mercado, sociales, medio ambientales y de desarrollo sustentable.

## **BIBLIOGRAFÍAS**

Briceño, Sonia; Mejías, Iraida; Moreno, Fidel (2010). La

Comunicación Corporativa y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en Daena: International Journal of Good Conscience: 5 (1) 37-46. México: Spenta University Mexico. Disponible en <http://www.daenajournal.org/>.

Consulta: Abril 2011

Caracciolo, Natasha (2008). Responsabilidad social y valores en las cooperativas de servicio del sector eléctrico del estado Zulia. Cayapa Revista Venezolana de Economía Social Año 8, No.5, Enero-Junio 2008, 92-113. ISSN 1317-5734 Universidad de Los Andes (ULA) NURR-Trujillo. CIRIEC-Venezuela

Caravedo, Baltazar. (2011). Desarrollo sostenible, ética, filantropía y Responsabilidad Social, en La Responsabilidad social de la empresa en América Latina. Vives y Peinado-Vara compiladores. Washington: Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en <http://www.fomin.org>. Consulta: Marzo 2011

Cardozo, Myriam, (2003). Las empresas y su responsabilidad en el campo social. En Economía, Sociedad y Territorio, enero-junio, vol. IV, No. 13. La gestión en el campo social, Universidad Autónoma Metropolitana, El Colegio Mexiquense, A.C. Toluca México, pp. 163-167. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/111/11101307.pdf>. Consulta: Abril 2011

Comisión de las Comunidades Europeas (2001). Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 18.7.2001. COM (2001) 366 final. Disponible en: [http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001\\_0366es01.pdf](http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/es/com/2001/com2001_0366es01.pdf). Consulta: Febrero 2011.

Comisión de las Comunidades Europeas (2011). Comunicación de la comisión al parlamento europeo, al Consejo, al comité económico y social europeo y al comité de las regiones. Estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la

responsabilidad social de las empresas. Bruselas, 25.10.2011. COM (2011), 681 final.

Disponible en:  
<http://ec.europa.eu/esf/BlobServlet?docId=233&langId=es>. Consulta: Abril 2011

Epstein, Marc Y Birchard, Bill (2002). La Empresa Honesta. Cómo convertir la responsabilidad corporativa en una ventaja competitiva. Barcelona: Paidós Empresa.

Francés G, Pedro (2005). Responsabilidad Social de las Empresas: Fundamentos y enfoque de la gestión responsable, Colección "Cuadernos Forética" Madrid, FORETICA, 2005. ISBN: 84-609-5229-0. Disponible en: [www.foretica.org](http://www.foretica.org). Consulta: Mayo 2011

Méndez, Charo (2009a). La responsabilidad social de los empresarios y de las empresas durante el siglo XX venezolano. 2ª Ed. Caracas: CEDICE Ediciones.

Méndez, Charo (2009b). Responsabilidad Social Empresarial y Socialismo del Siglo XXI, en Vecino Saludable, nº 31- año 4, abril de 2009. Disponible en RSE Venezuela [http://www.rsevenezuela.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=137&Itemid=29](http://www.rsevenezuela.com/index.php?option=com_content&view=article&id=137&Itemid=29) Consulta: Junio 2011

Páez Tomás, (2004). Observatorio Pyme de Venezuela y Nuevas Tecnologías de la información y la comunicación. Edit. CEATPRO, Caracas.

Páez, Tomás, (2010). Teoría y práctica de la ética y la responsabilidad social de la Pyme venezolana. Revista de la Responsabilidad Social de la Empresa, No. 4. Enero-Abril 2010. Disponible en: <http://www.fundacionluisvives.org/rse/digital/4/index.html>. Consulta: Junio 2011

Tejero P., Suhelis (2011). En un año se redujo en 15,1% el número de empleadores. En El Universal. Disponible en:

[http://www.eluniversal.com/2011/01/14/eco\\_art\\_en-un-ano-se-redujo\\_2158792.shtml](http://www.eluniversal.com/2011/01/14/eco_art_en-un-ano-se-redujo_2158792.shtml) Consulta: Junio 2011

Urdaneta, Mary J. (2008). La responsabilidad social en la industria farmacéutica del Estado Zulia. Revista Venezolana de Gerencia. Mar. 2008, vol.13, no.41 [citado 05 Marzo 2012], p.49-72. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=29004104> ISSN 1315-9984. Consulta: Julio 2011

Vives, Antonio (2011). Responsabilidad de la empresa ante la sociedad, en La Responsabilidad social de la empresa en América Latina. Vives, Antonio y Peinado-Vara, Estrella, compiladores. Washington. Fondo Multilateral de Inversiones. Banco Interamericano de Desarrollo. Disponible en: <http://www.fomin.org>. Consulta: Julio 2011

Vives, Antonio; Corral, Antonio e Isusi, Iñigo (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las Pymes de

Latinoamérica. Washington: Banco  
Interamericano de Desarrollo.  
Disponible en <http://www.iadb.org>.  
Consulta: Mayo 2011