

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AT COSTA ORIENTAL DEL LAGO INDUSTRIAL SLAUGHTERHOUSE.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL MATADERO INDUSTRIAL COSTA ORIENTAL DEL LAGO.



Silva, Yaine



Jaramillo, Jeffrey

RESUMEN

El objetivo fue analizar la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia competitiva en la empresa Matadero Industrial Costa Oriental del Lago, Compañía Anónima (MATICOLCA). Se realizó una investigación de tipo descriptiva. El estudio fue de campo, no experimental, transversal; la población utilizada fueron 30 sujetos trabajadores del área operativa y administrativa de la organización. Los resultados obtenidos demostraron debilidades para constituirse como empresa socialmente responsable. Para concluir se evidenció que no se establece una estrategia de posicionamiento competitivo y de fidelización, en la creencia de que es muy poca la competencia en el sector, situación que indica una errada planificación.

Palabras clave: Responsabilidad Social, Grupos de Interés, Competitividad.

ABSTRACT

The objective was to analyze Corporate Social Responsibility as a competitive strategy in the Costa Oriental del Lago Industrial Slaughterhouse, Compañía Anónima (MATICOLCA). A descriptive research was carried out. The study was a field, non-experimental, cross-sectional study; the population used was 30 workers from the operational and administrative areas of the organization. The results obtained showed weaknesses to become a socially responsible company. To conclude, it was evidenced that a competitive positioning and loyalty strategy is not established, in the belief that there is very little competition in the sector, a situation that indicates an erroneous planning.

Keywords: Social Responsibility, Stakeholders, Competitiveness.

Fecha de recepción: 29-03-21

Fecha de aprobación: 30-06-22

Fecha de publicación online: 30-06-22

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.6785001>

¹ Doctorante en el Programa de Ccs Sociales (UNERMB). MSc. Gerencia Empresarial (URBE). Economista (LUZ) Especialista en Desarrollo de Organizaciones Inteligentes (LUZ). Docente pre y postgrado Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt. ORCID: 0000-0003-2099-3399. yainesilva@gmail.com

² Doctorante en el Programa de Ccs Sociales (UNERMB). MSc. en Gerencia de RRHH (UNERMB). MSc. en Gerencia y Liderazgo en la Educación (Universidad Fermín Toro). Ing. en Petróleo (LUZ). Docente (Universidad Politécnica Territorial del Zulia). ORCID: 0000-0002-6911-4319 jeffrey.jaramillo7@gmail.com

INTRODUCCION

El contexto global ha dado lugar a una serie de cambios en las empresas, que influyen sostenidamente en su diario accionar, originando un nuevo panorama organizacional que les exige adaptaciones en cada uno de sus componentes para ajustarse óptimamente a estos cambios y, al mismo tiempo, adecuarse al ritmo de las innovaciones para garantizar así su supervivencia, al respecto Robayo (2016), afirma que la naturaleza cambiante del mercado obliga en las organizaciones a desarrollar sus procesos de manera diferente y abierta.

En un mundo regido por un sistema económico promotor del desarrollo y del emprendimiento, el fin último de una organización es tener un sistema financiero propio que le permita obtener flujos de ganancias. Sin embargo, en el contexto actual, no solo el tema financiero tiene una significativa importancia; sino que es uno de los factores preponderantes. Desde la perspectiva de Cedeño, Asencio, y Villegas (2019), el crear riquezas, a través de una administración sana y honesta; implantar una visión corporativa, atender el talento humano, asumir el compromiso de responsabilidad social empresarial, asumir un compromiso de gestión ambiental, asumir la atención y satisfacción del cliente, son entre otras cosas los fundamentos para obtener una organización competitiva, productiva y con amplias capacidades de insertarse sin mayor problemas al mercado global.

Precisamente, el compromiso estratégico de la alta dirección de una empresa, debe estar dirigida hacia el desarrollo de una gestión ética, que logre sosteniblemente la mejora de calidad de vida de su capital humano; además, de la mejora ambiental del entorno que le rodea, por igual concretar una sinergia positiva, que haga posible el logro de los objetivos y con ello, a su vez generar la satisfacción colectiva. Lo descrito, es lo que hoy día se establece como el Compromiso de Responsabilidad Social Empresarial de una organización. En ese sentido, Gómez, Delgado, Madai y Hernández (2019) al referir la importancia y por qué una empresa asume esta estrategia establecen:

“La empresa recibe por ello beneficios como la eficiencia y la responsabilidad individual y colectiva; un balance entre la vida personal y laboral; un impacto positivo en la rentabilidad, eficiencia y productividad; mejores relaciones obrero-patronales; y la percepción de la empresa como altamente humana y socialmente responsable” (p.556).

En Venezuela, país con un amplio devenir industrial, su clase empresarial en menor o mayor manera, ha asumido como estrategia incorporar en su haber la Responsabilidad Social como un valor de gestión que logra mejoras en los estándares de competitividad y con ello la imagen corporativa. Escotet (2016),

afirma que “para realizar un diagnóstico definitivo, lo ocurrido hasta ahora va en sentido contrario de aquellas estimaciones. La Responsabilidad Social Empresarial ha demostrado que no es pasajera ni una moda. Al contrario, dentro y fuera de Venezuela se ha expandido.” (p.2). Esto indica que a pesar de las dificultades que afronta el país, existe un sector empresarial que se ha reinventado en cuanto a hacer realidad su compromiso social a lo interno y a lo externo de las empresas.

Cuando en una organización empresarial no existen premisas gerenciales en cuanto a la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial, resulta difícil que la misma pueda objetivamente proyectar una visión corporativa. El solo trabajar para impulsar el plan productivo sin tomar en cuenta la relación costos-beneficio con el entorno, conlleva a forjar dentro de la organización debilidades en todos los órdenes. Dejar a un lado elementos de vital importancia que se nutren de esa interacción de los seres humanos y de estos con el contexto que les rodea en definitiva disminuye la posibilidad de éxito de la empresa.

Esta realidad pudiera estar presentándose en el Matadero Industrial de la Costa Oriental del Lago, Compañía Anónima (MATICOLCA). Empresa ubicada en el Sector El Remolino, Carretera Lara Zulia, Parroquia Raúl Cuenca, Municipio Valmore Rodríguez, estado Zulia; donde probablemente ha visto limitada su acción en relación con la aplicación de formas erradas Responsabilidad Social Empresarial, lo que pudiese generar un estado de insatisfacción en su contexto interno y externo.

Es decir, no se observan acciones dirigidas al desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial como un elemento de valor para la organización por la visión restringida respecto al tema. En razón de ello se formula la siguiente interrogante: ¿Qué aspectos afectan el compromiso empresarial para asumir la responsabilidad social empresarial como un valor corporativo? El objetivo fue analizar la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia competitiva en la empresa Matadero Industrial Costa Oriental del Lago, Compañía Anónima (MATICOLCA).

FUNDAMENTACION TEORICA

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), es un tema que reviste especial importancia para el mejoramiento de la competitividad de la empresa y el establecimiento de imagen que la posiciona frente al mercado global; según Remache, Villacis y Guayta (2018), este concepto está adquiriendo una nueva dimensión por el especial interés en relación con el tema que involucra a trabajadores, clientes, proveedores y la sociedad en general.

En ese orden de ideas, para Remache, Villacis y Guayta (2018), el motor que mueve a gestionar la Responsabilidad Social en empresas importantes no es puramente financiero, se alimenta de forma proactiva y voluntaria, más allá de los aspectos solidarios, en una mejora de la reputación y en una obtención de ventajas competitivas con una visión de negocio a largo plazo. Por tanto, en todo momento deben verificarse las elecciones para adoptar las estrategias más oportunas a tenor de los distintos criterios de los beneficios y la coyuntura socioeconómica del medio.

Por su parte, Peña, Vallejo, Malla, y Sarmiento (2019), definen la Responsabilidad Social como una nueva estrategia empresarial que asegura la competitividad de las organizaciones en este mundo globalizado, donde las ventajas comparativas de los negocios es considerada como parte importante de la sustentabilidad de las empresas; por ello, debe estar incluida en toda cultura organizacional para lograr así el respeto hacia las personas, comunidades y medio ambiente en general.

En ese sentido, se considera que la responsabilidad social empresarial, integra como gestión principios de carácter ético para establecer acciones que garanticen la sustentabilidad de la organización. Estas deben promover el bienestar del capital humano de la empresa y la sociedad que le rodea. Así mismo, se debe establecer un equilibrio con el medio ambiente, garantizando el cumplimiento de su responsabilidad con el estado y con el interés de insertarse en el entorno empresarial globalizado de manera competitiva.

TEORÍAS QUE SOPORTAN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Son varias las teorías que soportan la Responsabilidad Social Empresarial, en esta investigación se describen las siguientes: Instrumental, Política Económica, Ética, *Stakeholders*, Institucional y la Teoría de Dependencia de Recursos, tomando como referencia lo afirmado por, Herrera, Vásquez y Ochoa (2019) que las mismas han modificado de tal manera las unidades de negocio, teniendo a su vez, relación o impacto con las prácticas socialmente responsables.

Cuadro 1. Teorías de la RSE

Autor(es)	Teoría	Descripción	
Navarro (2016)	Teoría Instrumental Está fundamentada en el desarrollo de responsabilidad Social Empresarial, siempre que dicha actividad proporcione ganancias a los socios que integran una determinada empresa.	Maximización de Valor para el accionista.	Objetivo es generar ganancias y mantener o incrementar la rentabilidad para sus inversionistas.

Fuente: elaboración propia a partir de los autores (2022)

Cuadro 1. Teorías de la RSE (Cont.)

Autor(es)	Teoría	Descripción	
<p>Navarro (2016)</p>	<p>Teoría Instrumental Está fundamentada en el desarrollo de responsabilidad Social Empresarial, siempre que dicha actividad proporcione ganancias a los socios que integran una determinada empresa.</p>	<p>Mercadeo de causa social.</p>	<p>Está direccionado a la credibilidad de la empresa; es decir, a brindar productos con calidad, provoca que aumenten las ventas y los ingresos de las organizaciones.</p>
		<p>Estrategias para lograr ventajas competitivas</p>	<p>Inversiones Sociales. Desarrollar capacidades y competencias del Talento Humano. Tener un nicho de mercado para la sociedad de bajos recursos.</p>
<p>Navarro (2016)</p>	<p>Teoría de la política económica Esta teoría apoyada en las ventajas y compromisos que obtienen las Empresas, al ir adquiriendo poder social, en vista de la influencia que tendrá dicha entidad en el entorno en la cual se desenvuelva.</p>	<p>Constitucionalismo Corporativo</p>	<p>Exterioriza que las organizaciones, por su gran nivel de participación y por la economía alta de la empresa, las decisiones que tomen estas afectan el medio en que se desarrollan.</p>
		<p>Contrato Social</p>	<p>La responsabilidad social empresarial cuenta con contratos sociales, firmados por todos los miembros que conforman la sociedad.</p>
		<p>Ciudadanía Corporativa</p>	<p>Comprende las responsabilidades que se adquieren con respecto a la sociedad.</p>
<p>Navarro (2016)</p>	<p>Teoría Ética Se destaca por establecer como principios fundamentales la ética y moral en el actuar de las empresas, siendo así las protagonistas de un determinado espacio al desarrollar sus actividades, tomando en consideración los diversos grupos de interés.</p>	<p>Desarrollo Sostenible</p>	<p>Pretende dar a entender que las descendencias presentes y futuras puedan estudiar su oportuna sostenibilidad.</p>
		<p>Bien Común</p>	<p>Esta diseña un método para que las empresas consienten a saber que deben velar por el bien común, las empresas se encuentran en las situaciones de establecer riquezas y brindar productos y servicios de carácter imparcial y eficaz, respetando los derechos de la sociedad.</p>
		<p>Normativo de grupos involucrados</p>	<p>Comprende el análisis de todas aquellas normas beneficiarias para cada uno de los grupos de interés pertenecientes a la empresa.</p>
		<p>Derechos Universales</p>	<p>Consiste en adaptar todos los derechos humanos, laborales y del medio ambiente, en conjunto para poder cumplir con las expectativas de cada empresa.</p>

Fuente: elaboración propia a partir de los autores (2022)

Cuadro 1. Teorías de la RSE (Cont.)

Autor(es)	Teoría	Descripción	
González y Cuesta (2018)	Teoría de los grupos de interés (<i>Stakeholders</i>) Para la empresa, la identificación de sus grupos de interés, en razón al valor que otorgan al compromiso de la organización con base en su actuación visible (respuesta social corporativa) y el impacto que generan (rendimiento social corporativo); la sumatoria de estos componentes influye en la reputación de la compañía, por ende, su incongruencia con los principios empresariales puede llegar a ser perjudicial.	Teoría Instrumental de <i>Stakeholders</i>	Parte del supuesto de mantener relacionales sostenibles con sus <i>stakeholders</i> que le permitirán atender sus exigencias, originando alianzas que facilitarán el acceso a información sobre aspectos tales como diseño de productos, servicios postventa, atención al empleado y permitiendo consolidar la posición de la empresa en el mercado y la generación de mayores beneficios.
		Teoría Normativa de <i>Stakeholders</i>	Bajo este enfoque, la orientación de la empresa hacia sus <i>stakeholders</i> no se realiza con un objetivo económico, sino que se ajusta a una norma ética o de buen comportamiento, donde el ente es entendido como una organización económica que afecta a muchas personas en términos de bienestar y riesgos.
		Teoría de Ciudadanía Empresarial	Considera a la empresa como parte de la sociedad y que debe participar en la vida comunitaria, contribuyendo en alguna medida y voluntariamente al desarrollo y bienestar de la sociedad, más allá de la creación de riqueza.
Mirabal y Fernández (2018)	Teoría institucional	Tiene por objetivo legitimar interna y externamente el desempeño de la organización, haciéndola parecer racionalmente eficiente, más allá de su eficiencia real, pero con la incorporación de mitos racionalizados y legitimados socialmente, lo cual implica legitimación y estabilidad de la organización.	
Rueda y Zapata (2018).	Teoría de la dependencia de recursos	Enfoque sistemático de cómo la dependencia de las organizaciones está determinada por la dualidad entre las dependencias del entorno y entre las partes, en una relación de colaboración (empresas y redes), por lo que las organizaciones deben: (a) gestionar la dependencia del entorno (la cual es resuelta por la propia organización), y (b) gestionar la dependencia entre las dos partes de una relación colaborativa (cooperar en redes para adquirir los recursos necesarios).	

Fuente: elaboración propia a partir de los autores (2022)

Las teorías descritas en el cuadro 1 demuestran que la Responsabilidad Social Empresarial, son propuestas científicamente fundamentadas y representan la evolución del hecho administrativo cuando éstas, incorporan como condicionante la sostenibilidad de la organización; así como también, la necesaria atención por parte de la alta dirección de los grupos de interés que en ella actúan. Una organización no es un ente aislado de su entorno. Los problemas presentes en su

alrededor, serán también a futuro problemas que afectaran su desarrollo y con ello la productividad.

En los grupos de interés, está la clave para planificar la construcción de una empresa en correspondencia con las capacidades que ofrece el talento humano presente en ella y el que está fuera de ella. Un empleado motivado integralmente, una comunidad atendida con inversión social, unos proveedores y clientes satisfechos, son garantía de mejora en la productividad y con ello un aumento en los márgenes de ganancias. La Responsabilidad Social Empresarial, nunca será un gasto sin retorno, por el contrario, es la inversión que consolida el presente y lleva a la organización en mejores condiciones a enfrentar un futuro muy competitivo.

COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Hablar de competitividad, es ubicarse en un contexto multidimensional, complejo y dinámico. Depende de muchos factores que intervienen en el devenir empresarial. Explicarlo significa asumir la integralidad del entorno y compararlo entre sí, en razón de adaptar un concepto que subsuma todas las variables de influencia. Su importancia está en que de su desarrollo y mejoramiento estratégico depende la sustentabilidad de la organización, Saavedra y Milla (2017), refieren que la competitividad considera factores externos determinantes de índole económica, política y social, donde el trabajo colectivo entre empresas, estado y sociedad coadyuvan de forma rápida al desarrollo de ventajas competitivas. Díaz, Quintana y Fierro (2021), establecen al respecto:

“La competitividad se presenta como producto de la rivalidad constante entre las empresas del medio y se logra mediante un proceso de gestión dinámico entre la industria y sus grupos de interés — clientes, proveedores, directivos, acreedores, competidores del mercado — a fin de mostrarse ante la sociedad como un ente capaz de satisfacer las necesidades de sus consumidores mejor que la competencia” (p.147).

En ese sentido, una empresa competitiva, debe establecer y construir de manera sostenible y continúa para sí, desde su entorno interno en conjunto con la interacción positiva con su entorno externo, ventajas que le coloquen en condiciones óptimas en un mercado cada vez más exigente, avasallado por el desarrollo vertiginoso de las tecnologías de información.

MATERIALES Y METODO

Tomando en cuenta que el objetivo de esta investigación fue analizar la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia competitiva en la empresa

Matadero Industrial Costa Oriental del Lago, Compañía Anónima (MATICOLCA), la misma se ubica bajo el enfoque del paradigma positivista, definida por Miranda y Ortiz (2020), como aquel que permite la posibilidad de llegar a verdades absolutas en la medida en que se abordan los problemas y se establece una distancia significativa entre el investigador y el objeto de estudio.

Por ello se realizó una investigación tipo analítica, Rodríguez y Pérez (2017) “posibilita descomponer mentalmente un todo en sus partes y cualidades, en sus múltiples relaciones, propiedades y componentes” (p.186). Esta clasificación se aplicó porque que se tomó en cuenta el estado real de los hechos tal como se evidencia en el momento de la recolección de información, analizando estos sin hacer inferencias.

El diseño del estudio fue de campo, no experimental, transversal. Fue no experimental, dado que, según Vásquez (2020), no tienen determinación aleatoria, manipulación de variables o grupos de comparación. El investigador observa lo que ocurre de forma natural, sin intervenir de manera alguna. Por otra parte, la investigación fue transversal porque la información se toma en un único momento de acuerdo al criterio establecido por el investigador. Esto indica que la aplicación del instrumento para este caso específico no tuvo ningún interés de conocer el comportamiento del problema en el transcurso del tiempo, solo se ocupó de un resultado generado en el momento.

La población objeto de estudio fue representada en el conjunto de individuos con características comunes, al respecto Condori (2020) define la población como los elementos accesibles o unidad de análisis que pertenecen al ámbito especial donde se desarrolló el estudio. En este sentido, se toma en consideración 30 trabajadores que laboran en los departamentos administrativos y operativos de la empresa Matadero Industrial Costa Oriental del Lago, Compañía Anónima (MATICOLCA). En la presente investigación, considerando que la población fu finita y accesible para el investigador, se trabajó con la totalidad de la población y no fue necesario realizar un muestreo.

La técnica que se utilizó fue la encuesta aplicada a la muestra escogida. El instrumento empleado para la recolección de datos fue un cuestionario con alternativas tipo Likert que se aplicó a la población que labora en la empresa Matadero Industrial Costa Oriental del Lago, Compañía Anónima, según Sarabia y Alconero (2019) afirman que, el cuestionario “se define como un documento estructurado que recoge la información mediante la realización de una batería o conjunto de preguntas dirigidas a una muestra representativa con el fin de cuantificar y generalizarlos resultados” (p.70).

Se aplicó la validez de contenido; es decir, a través de la validez se determinó la eficacia con que un instrumento mide realmente lo que se pretende medir; en este caso la Responsabilidad Social Empresarial como estrategia competitiva, la misma se hizo a través del juicio de tres expertos en el área Martínez, Palacios y Juárez (2020) establece que el mismo tiene por objetivo la verificación de los ítems pertenecientes al fenómeno o constructo, su relevancia, así como la forma en que fueron elaborados (redacción).

En lo que respecta a la confiabilidad del instrumento, esta hace referencia, según Posso y Lorenzo (2020), se refiere a la consistencia en los resultados arrojados en los ítems que componen la prueba, en función de la homogeneidad. Esto quiere decir que las medidas obtenidas con el instrumento serán las mismas si se aplican bajo las mismas condiciones. Para ello, se trabajó con el programa SPSS en su versión 15 y se calculó la confiabilidad aplicando la fórmula del Coeficiente Alfa de Cronbach.

Aplicada la respectiva fórmula según los datos de la tabla, arrojó una confiabilidad de 0.92, ello determina que el instrumento es confiable, y puede ser aplicado a los sujetos que integran la muestra de la investigación. La escala para interpretar la confiabilidad es adecuada cuando su aplicación se planifica sobre la base de una sola aplicación del formato establecido para la recolección de los datos, dirigida sobre una prueba piloto seleccionada según las características de la población o muestra del estudio, siendo esta la principal razón para su presente selección. Una vez obtenido el resultado se verificó la magnitud de su confiabilidad, de acuerdo con la escala de interpretación elaborada. El resultado de la aplicación de la fórmula fue de 0.92 para el cuestionario aplicado a las unidades informantes, lo cual indican una alta confiabilidad, en correspondencia con lo especificado por Posso y Lorenzo (2020).

Tabla 1. Escala de Interpretación para el Coeficiente Alpha Cronbach.

Rango	0,81 – 1,00	0,61 – 0,80	0,41 – 0,60	0,11 – 0,60	0,01 – 0,30
Magnitud	Muy Alta	Alta	Moderada	Baja	Muy Baja

Fuente: Posso y Lorenzo (2020),

RESULTADOS

El análisis de datos se efectuó aplicando la estadística descriptiva, tomando como base las frecuencias y porcentajes de los estratos poblacionales para la posterior disertación. Los mismos se efectuaron en tablas que permitieron el análisis y discusión contrastada con los fundamentos teóricos en los que se basa la investigación, para demostrar las tendencias de las opiniones de los encuestados y

darle, estadísticamente, consistencia a los objetivos del estudio propuestos, en razón de las variables, dimensiones e indicadores que se mencionan a continuación.

En la tabla 2 están descritas las respuestas dadas por la población objetivo, en razón de las variables: Procesos Orientados a la Gestión, Estrategias aplicadas para la Gestión, Alcance de la Gestión, Memoria de Desempeño, Marco Legal. Dimensión: Procesos, Estrategias, Alcance, Sociocultural, Ambiental, Legal. Indicadores: Gobierno Corporativo, Misión, Visión, Políticas, Relaciones entre Accionistas, Relaciones con los Trabajadores, Relaciones con la Comunidad, Relaciones con el Cliente, Relaciones con el Estado, Imagen Corporativa, Imagen corporativa, Junta de accionistas, Empleados, Comunidades aledañas, Inversión social, Prácticas Laborales, Condiciones de Trabajo, Derechos Humanos, Salud, Recreación, Materiales Usados, Fuentes de Energía, Uso Eficiente de la Energía, Uso de las Aguas, Tratamiento de Efluentes y Residuos, Evaluación Ambiental a Proveedores, Cumplimiento de Normas Ambientales y Laborales.

En la tabla 2 se presenta un resumen en porcentajes de las respuestas dadas en cada ítem redactado en el instrumento por parte de los individuos identificados en la población objetivo.

Tabla 2. Respuestas Población Objetivo (%)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
Siempre	66,7	0	26,7	0	33	0	0	0	16,7	16,7	0	0	0	0	73,3	0
Casi Siempre	33,7	30	73,3	0	27	0	0	23,3	23,3	0	0	13,3	0	0	26,7	0
Algunas Veces	0	63,3	0	40	40	46,7	33,3	50	60	16,7	6,7	86,7	73,3	60	0	33,3
Nunca	0	6,7	0	60	0	53,3	66,7	26,7	0	66,6	93,3	0	26,7	40	0	66,7

	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	37	38	39	40
Siempre	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Casi Siempre	63,3	60	0	13,3	13	0	0	0	0	0	0	0	30		70	60
Algunas Veces	26,7	40	0	86,7	17	13,3	10	16,7	16,7	6,7	10	10	70	60	30	40
Nunca	0	0	100	0	60	86,7	90	83,3	83,3	93,3	90	90	0	40	0	0

	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56
Siempre	20	0	0	0	0	0	0	0	56,7	66,7	83,3	0	0	0	20	0
Casi Siempre	0	0	0	0	0	0	0	0	43,3	33,3	16,7	0	0	0	16,7	46,7
Algunas Veces	0	10	0	0	30	0	0	0	0	0	0	0	56,7	0	63,3	53,3
Nunca	80	90	100	100	70	100	100	100	0	0	0	100	43,3	100	0	0

	57	58	59	60	61	62	63	64
Siempre	0	0	40	100	80	70	0	0
Casi Siempre	0	0	60	0	20	30	60	0
Algunas Veces	30	0	0	0	0	0	40	0
Nunca	70	100	0	0	0	0	0	100

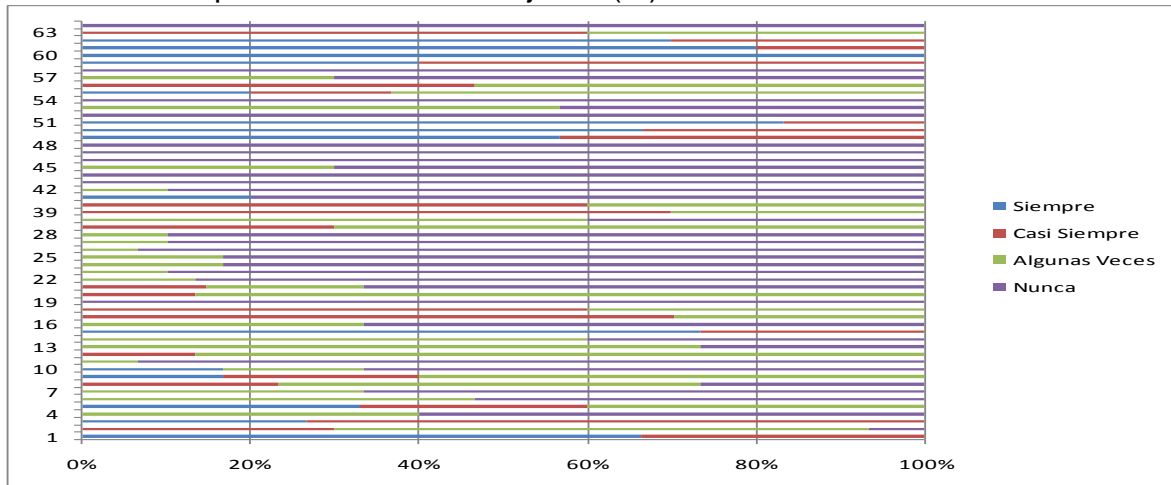
Fuente: Jaramillo y Silva (2022)

Los resultados de la tabla 2 indican que la mayoría de trabajadores encuestados, no percibe de parte de la organización, gestiones y políticas dirigidas al establecimiento de políticas dirigidas a la responsabilidad Social Empresarial. Esta circunstancia representa una debilidad que impide a la empresa, presentarse como

una organización competitiva, responsable con el ambiente y el entorno humano que le rodea.

En el grafico 1 se demuestra las tendencias de opinión expresadas por los individuos identificados en la población objetivo.

Grafico 1. Respuestas Población Objetivo (%)



Fuente: Jaramillo y Silva (2022)

En razón de los resultados obtenidos, es notable la tendencia marcada por la población objetivo, donde mayormente establecen en términos generales “Algunas Veces” o “Nunca” se ha establecido como política de la organización, los criterios referidos a la Responsabilidad Social Empresarial. Estos resultados son negativos porque pudiesen estar reflejando un desconocimiento por parte de los empleados en relación con los objetivos de la organización. Más aun representa un desinterés de la alta dirección en consolidar una misión en la cual integren los principales grupos de interés que interactúan en ella.

DISCUSION

En los procesos orientados a la gestión de la responsabilidad social empresarial, se observa que existe una jerarquía administrativa en la organización reconocida por todos los trabajadores, pero al mismo tiempo se reflejan debilidades en cuanto a establecer en la cadena de valor de la empresa el ser socialmente responsable. En la Misión y Visión según los trabajadores no existen propuestas orientadas hacia la responsabilidad social empresarial. El reconocimiento de los actores los cuales interactúan con la organización se establece a través de la propia relación impuesta por la actividad diaria, no como una razón de preponderancia en los objetivos empresariales y medulares de la empresa.

En relación con las estrategias para la gestión de la responsabilidad social empresarial, se encontró que la dirección de la empresa no genera rendición de cuentas continuas a todos sus accionistas. Igualmente, no se visualiza como estrategia corporativa la incorporación de procesos de interacción positiva con los grupos de interés internos y externos, que conviertan a la organización, en una empresa socialmente responsable. Esto representa una debilidad consistente que tiende a agravar la sostenibilidad de la empresa, más aun cuando la masa laboral no se siente identificada con ningún propósito dirigido a la responsabilidad social empresarial.

Al verificar el alcance de la gestión referida a la responsabilidad social empresarial para la organización. Se constató que la dirección de la empresa no expresa interés en crear una marca competitiva, que le permita presencia constante en el mercado y fidelización de clientes. Aunado a ello, se ratifica que la organización no tiene previsto asumir un compromiso firme para incorporar en sus objetivos medulares, prácticas integrales, continuas y de participación de todos los grupos de interés, referidas a la responsabilidad social empresarial.

En ese orden de ideas, la empresa no valora establecer una estrategia de posicionamiento competitivo y de fidelización, en la creencia de que es muy poca la competencia en el sector, situación que indica una errada planificación, en vista que no toma en cuenta escenarios futuros. Igualmente, la organización presenta dificultades para adaptarse a escenarios tan complejos como los que vive actualmente Venezuela en el contexto de transporte, combustibles, bajos salarios, deserción laboral, entre otros; lo cual, ha traído como consecuencia una disminución considerable en sus actividades.

Al determinar las variables asociadas a la memoria de desempeño referidas en la gestión de responsabilidad social empresarial, se obtuvo resultados que demuestran marcadamente debilidades en cuanto al uso racional de las fuentes de agua y las fuentes de energía, al igual el manejo de residuos y desechos sólidos. No existe una planificación que atienda esos parámetros, los cuales son los de mayor problema actualmente en cuanto al suministro confiable. Esta situación genera alta incertidumbre en vista que el almacenamiento del principal producto, debe ser en frío y los espacios dispuestos para ello deben contar con el suministro permanente de energía eléctrica, y la empresa lo garantiza con un set mínimo de plantas adicionales en caso de fallas en el suministro.

Igualmente, se consiguieron debilidades en el área ambiental. La organización no cuenta con un plan de atención a los desperdicios vertidos a unas lagunas que se encuentran colapsadas, debiendo drenarlas hacia los caños que bordean las instalaciones y a su vez atraviesan las comunidades aledañas. La empresa no

cuenta con fuente alternativa de abastecimiento de agua, usada en gran cantidad para el lavado de las reses sacrificadas, surtiéndose de la represa principal de Machango, cuya función es fundamentalmente para el abastecimiento de agua potable a las comunidades de la Costa Oriental del Lago de Maracaibo. Estas situaciones han originado un malestar importante en el entorno comunitario, afectando sobremanera la imagen de la organización.

Al detallar los procesos orientados al cumplimiento del marco legal que rige la responsabilidad social empresarial. Se obtuvo, en términos generales, que la organización cumple con sus deberes antes el estado venezolano, pagando los impuestos nacionales, municipales y aporte correspondientes al trabajador: Instituto Venezolano del Seguro Social (IVSS), Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES), Fondo de Ahorro Obligatorio para la Vivienda (FAOV) entre otros. Se consiguieron debilidades en cumplimiento de la Ley Orgánica de Prevención y Medio Ambiente de Trabajo, las Normas en materia ambiental ISO 14000 y las Normas ISO 26000 referidas a la Responsabilidad Social Empresarial.

CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos marcan, de manera clara, la inobservancia de la alta gerencia en cuanto a transitar el camino de la responsabilidad social empresarial. Según la población objetivo, en la misión, visión de la empresa no existe ninguna redacción que asuma la responsabilidad social como política de la organización. Igualmente, esta investigación determino que en la estructura organizacional no existen departamentos, ni funciones dirigidas a atender el talento humano, proveedores, comunidades, entre otros; la actual está dirigida a cumplir los objetivos de producción únicamente.

Esto demuestra que la empresa ha impuesto un estilo de gestión empresarial tradicional de tipo instrumental, cuya acción es negativa, dado que disminuye la posibilidad de insertarse de manera competitiva al mercado local, regional y nacional, por igual adaptarse a los exigentes contextos que obligan a gestionar el cambio, y con ello crear condiciones de sostenibilidad constantes, que pasa necesariamente por atender desde la organización a todos los grupos de interés que forman parte de ella.

En ese sentido, las respuestas expresadas indican un llamado de atención en cuanto a la obligación de la organización en mantener condiciones ambientales óptimas, entre otras cosas, para el desarrollo seguro de las actividades que realizan los trabajadores, tal como lo establece la Ley Orgánica de Prevención y Medio Ambiente de Trabajo. Los trabajadores también aseguran que la empresa no

fomenta prácticas de Responsabilidad Social Empresarial en sus grupos de interés: Talento Humano, comunidad, proveedores. Lo cual muestra debilidad, en cuanto a la integralidad del alcance hacia los distintos actores que interactúan en la organización y que debe promover la alta dirección de la empresa.

En ese orden de ideas, se concluye que la organización requiere adecuarse a los nuevos tiempos, estableciendo de manera perentoria una revisión de toda la estructura organizacional que incluya redefinir la misión y visión, para integrar a todos los grupos de interés que hacen vida en ella, el cumplimiento de los objetivos organizacionales, y más allá, presentarse ante el contexto circundante como una organización renovada capaz de contribuir con el desarrollo de la comunidad que le rodea, tomando en serio el cuidado del ambiente.

FINANCIAMIENTO

Este trabajo no fue financiado.

CONFLICTO DE INTERESES

Los autores declaramos no tener conflictos de intereses financieros ni personales que puedan influir inapropiadamente en el desarrollo de este artículo.

REFERENCIAS

- Cedeño, A.; Asencio, L. y Villegas, M. (2019). Las estrategias gerenciales como base fundamental para la administración en los negocios. *Universidad y Sociedad*, 11(5), 191-200. Recuperado de <http://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus>
- Condori, P. (2020). Universo, población y muestra. Curso Taller. Recuperado el 09 de abril de 2022 de <https://www.aacademica.org/cporfirio/18>
- Díaz, G.; Quintana, M. y Fierro, D. (2021). La Competitividad como factor de crecimiento para las organizaciones. *INNOVA Research Journal*, 6(1), 145-161. <https://doi.org/10.33890/innova.v6.n1.2021.1465>
- Escotet, J. (2016). Informe de Responsabilidad y Sostenibilidad Empresarial BANESCO. Recuperado el 09 de Abril de 2022 de <https://banesco-prod-2020.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/informe-responsabilidad-social-2016-espanol.pdf>
- Gómez, G; Delgado, D; Madai, C y Hernández, G. (2019). Responsabilidad social empresarial y la importancia de sus 4 líneas estratégicas. VII Congreso Virtual Internacional Transformación e Innovación en las Organizaciones. Recuperado el 09 de abril de 2022 de <https://www.eumed.net/actas/19/trans-organizaciones/36-responsabilidad-social-empresarial-y-la-importancia-de-sus-4-lineas-estrategicas.pdf>
- González, J. y Cuesta, P. (2018). De responsabilidad social a sostenibilidad corporativa: una revisión actualizada. *Revista Internacional de Investigación en Comunicación* aDRResearch ESIC, 17(17), 46-71. DOI: <https://doi.org/10.7263/adresic-017-04>
- Herrera, J.; Vásquez, M y Ochoa, E. (2019). La evolución de la responsabilidad social empresarial a través de las teorías organizacionales. *Visión de Futuro* Año 17, Volumen N° 24. DOI: <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2020.24.02.003.es>

- Martínez, J; Palacios, G; Juárez, L. (2020). Diseño y validación del instrumento “enfoque directivo en la gestión para resultados en la sociedad del conocimiento”. *Revista Espacios*. Vol. 41 (Nº 01). Recuperado en 11 de junio de 2022, de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n01/a20v41n01p13.pdf>
- Mirabal, A. y Fernández, J. (2018). La responsabilidad social empresarial bajo los postulados de la teoría institucional: análisis y evidencias. *Espacio Abierto*, 26(4), 183-204. Recuperado el 09 de abril de 2022 a partir de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/espacio/article/view/23426>
- Miranda, S. y Ortiz, J. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la investigación educativa. *Revista Iberoamericana para la Investigación y Desarrollo Educativo*. Vol. 11 (No. 21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Navarro, L. (2016). La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. Universidad de Los Andes, Venezuela. *Sapienza Organizacional*, vol. 3, núm. 6, pp. 167-186. Recuperado el 09 de abril de 2022 de <https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/>
- Peña, M; Vallejo, R; Malla, F. y Sarmiento, G. (2019). Responsabilidad Social Empresarial en el Ecuador y las organizaciones financieras de la Economía Popular y Solidaria: Yachana *Revista Científica*, 8(2). Recuperado en: <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/3633>
- Posso, R y Lorenzo, E. (2020). Validez y confiabilidad del instrumento determinante humano en la implementación del currículo de educación física. *Revista Educare UPEL-IPB Barquisimeto*, Edo. Lara – Venezuela Vol. 24 N° 3 <https://doi.org/10.46498/reduipb.v24i3.1410>
- Remache, M; Villacis, T y Guatya, N. (2018). La responsabilidad social empresarial vista desde un enfoque teórico. *Revista Científica Dominio de las Ciencias*. Vol. 4, núm. 1 Recuperado el 26 de abril de 2022, de <file:///D:/Downloads/Dialnet-LaResponsabilidadSocialEmpresarialVistaDesdeUnEnfo-6313247.pdf>
- Robayo, P. (2016). La innovación como proceso y su gestión en la organización: una aplicación para el sector gráfico colombiano. *Suma de Negocios*, 7(16), 125–140. Recuperado el 09 de Abril de 2022, de <http://www.elsevier.es/es-revista-suma-negocios-208-articulo-la-innovacion-como-proceso-su-S2215910X1600015X>
- Rodríguez, A y Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. *Revista EAN*, 82, pp.179-200. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/ean/n82/0120-8160-ean-82-00179.pdf>
- Rueda, M y Zapata, G. (2018). Teoría de dependencia de recursos: premisas y aplicaciones. *Ciencia y Sociedad*, vol. 43, núm. 1, Instituto Tecnológico de Santo Domingo, República Dominicana. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87055001005>
- Saavedra, M, y Milla, S. (2017). La competitividad de la Mipyme en el nivel micro: El caso de Querétaro, México. *En-Contexto*. Revista de Investigación en Administración, Contabilidad, Economía y Sociedad, 5(7), 1-25.
- Salazar, L; Carrasco, T; Correa, W; Carrillo, J y Velasteguí, E. (2018). La gestión por competencias una herramienta clave para el desarrollo en el sector empresarial. *Ciencia digital*. Vol. 2, N° 1, p. 8 -18. Disponible en: <https://www.cienciadigital.org/revistacienciadigital2/index.php/CienciaDigital/article/view/2/2>
- Sarabia, C y Alconero, A. (2019). Claves para el diseño y validación de cuestionarios en Ciencias de la Salud. *Enfermería en Cardiología*. Año XXVI (77). 69-73. Recuperado el 09 de abril de 2022 de https://www.enfermeriaencardiologia.com/wp-content/uploads/Enferm-Cardiol.-2019-26-77-Art_1-1.pdf
- Vásquez, W. (2020). Metodología de la Investigación. Manual del estudiante. Universidad San Martín de Porres. Recuperado el 09 de Abril de 2022 de <https://www.usmp.edu.pe/estudiosgenerales/pdf/2020-I/MANUALES/II%20CICLO/METODOLOGIA%20DE%20INVESTIGACION.pdf>