

La Responsabilidad Social Empresarial en la Filosofía de Gestión de las Pymes del Sector Salud del Municipio Valera, Estado Trujillo

(Corporate Social Responsibility in Management Philosophy Health Sector SMEs Township Valera, Trujillo State)

María T. Ramírez de Egáñez*

Resumen. El objetivo es determinar el nivel de compromiso en materia de responsabilidad social empresarial asumido por la gerencia en la filosofía de gestión de las Pequeñas y Medianas Empresas. La metodología utilizada fue el análisis cualitativo, mediante la técnica del análisis de contenido. Se conocieron los documentos de 40 empresas objeto de investigación, a los fines de identificar aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial presentes en la misión, visión, políticas, objetivos, valores y modalidades, los cuales fueron analizados a través de una matriz de análisis. Concluyendo que está ausente, el nivel de compromiso de la gerencia con respecto a la inserción de la Responsabilidad Social Empresarial en la filosofía de gestión, encontrándose en una etapa incipiente en estas empresas. Por lo tanto, para que exista la Responsabilidad Social Empresarial, se requiere que haya un compromiso explícito con ella en el marco de la organización, incorporándola en la filosofía de gestión, para que luego pueda ser expresada a través de las acciones que en esta materia se vayan a ejecutar.

Palabras claves. Responsabilidad Social Empresarial, Filosofía de Gestión, Compromiso gerencial.

Abstract. The objective is to determine the level of commitment in corporate social responsibility assumed by management in the management philosophy of Small and Medium Enterprises. The methodology was qualitative analysis using the technique of content analysis . Documents of 40 companies under investigation, in order to identify aspects of CSR present in the mission, vision , policies, goals, values and procedures , which were analyzed using an analysis matrix met . Concluding that is absent , the level of commitment from management regarding the integration of Corporate Social Responsibility in management philosophy , being at an early stage in these companies. Therefore, to allow for the Corporate Social Responsibility, there needs to be an explicit commitment to it within the organization, incorporating it into the management philosophy ,that then can be expressed through actions in this matter they are to be run .

Keywords. Corporate Social Responsibility , Management Philosophy , Management commitment .

INTRODUCCIÓN

La visión de la empresa ha sufrido importantes transformaciones desde sus inicios, pasando desde aquellas organizaciones que nacieron para buscar solo el lucro hasta lo que sucede actualmente, que adicionalmente a lo financiero deben responder a los aspectos políticos, económicos, sociales, ambientales del entorno en el cual se desenvuelven.

A tal efecto, las empresas hoy en día tienen un mayor intercambio con la sociedad, dejando de lado aquella simple relación netamente monetaria para dar lugar a una interrelación con una serie de stakeholders (proveedores, clientes, empleados, comunidad, organizaciones públicas, privadas), así como la necesidad de innovación ante los cambios que ha impuesto la tecnología, y las comunicaciones. Todos estos acontecimientos colocan a la organización empresarial en un ambiente complejo, dinámico que no puede aislarse de estos escenarios sino por el contrario, su gerencia debe asumir posiciones estratégicas y competitivas para permanecer en el mercado.

Esta realidad ha generado la tendencia actual de definir a la empresa como un sistema social abierto donde los asuntos y aspectos económicos se encuentran restringidos por las posibilidades así como las exigencias tanto internas como externas de las empresas. En este orden de ideas, Vargas (2005) señala que una empresa no puede agregar valor a largo plazo si se preocupa sólo de su cuenta de resultados económicos y no hace nada para que sus productos y servicios contribuyan al desarrollo, a la mejora de la calidad de vida de la sociedad, y al uso racional de los recursos naturales.

Continua señalando la autora (2005) que la empresa conforma un espacio de relaciones, como expresión de estos intercambios que se dan en lo interno de dicha empresa, la interacción se da a partir de unos valores, percepciones, expectativas que sustentan el diario vivir y que conforman el clima organizacional, las reglas del juego, el set de roles, en fin, la cultura organizacional de innumerables sujetos tales como: accionistas, socios, empleados, proveedores, clientes, comunidad, gobierno, entre otros.

Igualmente, es notoria la creciente importancia que la empresa en el entorno socio-económico va produciendo en la sociedad, es decir, se evidencia una

progresiva conciencia del trascendental papel que ella desempeña en el marco social y del considerable impacto de sus actuaciones: de allí, que la empresa se ha convertido en un importante agente social, cuya contribución al bienestar colectivo debe venir formada por criterios éticos y no solamente por sus criterios económicos, dándole el carácter de unidad socioeconómica integral.

Todos estos aspectos así como la serie de escándalos empresariales recientemente ocurridos, han incrementado la necesidad de que las empresas asuman una posición ética y responsable en sus actuaciones tanto en el ámbito interno como externo, lo que ha permitido revitalizar el tema de la responsabilidad social empresarial, cuyos antecedentes se remontan a siglos pasados.

A tal efecto, las realidades referidas a la globalización económica, así como sus efectos, el desarrollo de la sociedad de la información, la concentración empresarial, igualmente, la contaminación del ambiente han dado origen a discutir nuevamente sobre la empresa en el contexto social, generando importantes iniciativas de responsabilidad social empresarial (RSE) a nivel de Europa, Estados Unidos y América Latina. En este sentido, vale la pena destacar que las experiencias en el país han estado referidas en su mayoría a las grandes factorías, así como en las transnacionales, con todavía muy escasa experiencia a nivel de las pequeñas y medianas empresas.

Del mismo modo, según Vaca, Vargas, García (2004), algunas de las corrientes que postularon la necesidad de que las empresas realizaran acciones sociales hacia la población, justifican que los orígenes de la política social empresarial moderna se desprenden de la apertura, la globalización y la disminución del tamaño del Estado, por lo tanto, las organizaciones deben dar respuesta a las expectativas que genera su presencia y actividades en la sociedad.

De allí que es importante destacar que las empresas son centros de ciudadanía porque en ellas se funden deberes e igualmente derechos para compartir, así como participar en el progreso del sistema económico y social, por lo tanto, no le pueden resultar ajenos los problemas de educación, salud, gobernabilidad, justicia y de la producción.

Asimismo, Vargas (2006) plantea que los nuevos retos de las empresas ciudadanas en el país se conciben en torno a la corresponsabilidad y participación de ellas en la discusión sobre temas públicos, frente a la magnitud de los problemas de la población venezolana, asociados con la pobreza. A tal efecto, se asegura que los nuevos llamados giran en torno a la construcción de capital social como un objetivo distinto a la beneficencia.

De la misma manera, se ha planteado que la función social de la empresa es el origen de la teoría sobre la existencia de su responsabilidad con la sociedad en su conjunto, para lo cual en el ejercicio de sus funciones debe tomar conciencia de los efectos reales y totales de sus acciones en el entorno general e internalizar pautas de comportamiento que representen una actitud positiva hacia la consideración de los valores y expectativas de los integrantes del cuerpo social.

Es por ello, que todos estos aspectos definen la política social de la empresa, la cual implica tanto la filosofía gerencial como los pensamientos de los niveles más altos de una organización, que deben integrarse a todas las actividades de dirección estratégica, incluyendo el desarrollo de la formulación de la misión.

Es justamente en el marco de lo social, donde se observa el uso en forma permanente del tema de la RSE como estrategia, dirección estratégica, parte de la filosofía de la organización, la cual debe ser sostenible. En resumen, debe formar parte del proceso y comportamiento organizacional de las empresas, es decir, no debe ser una actividad marginal, esporádica o difusa en las funciones que ellas cumplen.

En este orden de ideas, se desarrolla esta investigación la cual busca determinar el nivel de compromiso asumido por la gerencia en cuanto a la inserción de la RSE en la filosofía de gestión de las PYMES en estudio.

MARCO METODOLÓGICO

En el caso de esta investigación, el objetivo se medirá utilizando categorías, las cuales según Hernández y col. (2006) se definen como los niveles donde serán categorizadas las unidades de análisis, entendidas como los segmentos del contenido de los mensajes que son caracterizados para ubicarlos dentro de las categorías, mientras que el resto de los objetivos serán medidos de una manera cuantitativa.

Por las características de este objetivo, la investigación es documental, la cual según Hernández y col. (2006) se define como aquellas investigaciones cuyo objetivo es describir, comparar, analizar, explicar, verificar eventos, tomando como fuente datos de los documentos. En este caso, se revisaron documentos correspondientes a la filosofía de gestión de las Pymes del Municipio Valera, Estado Trujillo, Venezuela.

En el caso de esta investigación, la variable objeto de estudio, es decir, la responsabilidad social, tomó información, por una parte, de documentos escritos

contentivos de la filosofía de gestión de las pymes en estudio, a fin de identificar la presencia del compromiso hacia la RSE en la misión, visión, políticas, objetivos, así como las modalidades implementadas. Por otra parte, es de campo por cuanto la información obtenida proviene directamente de la respuesta brindada por los gerentes entrevistados al cuestionario aplicado, para lo cual no se manipulo la variable, se aplicó en un momento único y se describe la manera como se comportan las variables en estudio, es igualmente un diseño bibliográfico por cuanto se revisó información que se encuentra en textos escritos y documentos, (Barrera 2006)

En este sentido, Pelekais y col. (2007) describe el diseño bibliográfico como aquel cuando los datos a utilizar han sido recolectados en otras investigaciones y son conocidos mediante los informes correspondientes a datos secundarios obtenidos por otros, elaborados y procesados de acuerdo a los fines de quienes los manejaron.

La población objeto de este estudio alcanza a la cantidad de 40 pequeñas y medianas empresas del Municipio Valera, específicamente del sector salud (clínicas, farmacias y equipos e insumos médicos), igualmente, los informantes serán los gerentes de las Pymes en referencia.

En el caso de esta investigación la recolección de los datos se hizo mediante la técnica documental para el primer objetivo. De esta manera, tal como lo señala Barrera (2006) se utilizarán documentos como fuente de datos, en un proceso de recolección, selección, análisis y presentación de resultados coherentes. Se revisó y analizó los documentos formales de la filosofía de gestión de las PYMES del Municipio Valera para identificar en ellos los niveles de compromiso en relación con la RSE.

A los efectos de esta investigación se utilizó la matriz de análisis, la cual según Barrera (2006) son instrumentos diseñados para extraer información, ya sea de un documento o de una situación real. Proporciona criterios para reagrupar los indicios de un evento en nuevas sinergias que permiten descubrir en ese evento aspectos inexplorados. En tal sentido, se insertaron en esta matriz de análisis los resultados correspondientes a la observación de la presencia o ausencia de la responsabilidad social empresarial en la filosofía de gestión de las PYMES del Municipio Valera, con la finalidad de identificar el nivel de compromiso en materia de RSE asumido por la gerencia.

REFERENTE TEÓRICO-CONCEPTUAL: FILOSOFÍA DE GESTIÓN

A nivel de las empresas, se hace necesario disponer de su plataforma o filosofía de gestión, que le permita definir claramente el norte de sus actuaciones en función de lograr los objetivos que se han propuesto como razón de ser de las mismas. Es por ello, que hoy en día se considera de fundamental importancia contar con una visión, misión, objetivos, políticas, estrategias y valores que orienten la empresa y le den sentido a las acciones que realizan en el ejercicio de sus funciones.

En el caso de esta investigación se ha tomado en consideración, en primer lugar, indagar si las PYMES objeto de estudio cuentan con los aspectos relacionados con la filosofía de gestión, y en segundo lugar hasta qué punto se ha insertado la RSE como parte de ella, como una manera de identificar el compromiso asumido por la gerencia de estas pequeñas y medianas empresas en relación con la RSE.

Para Francés (2006:37) “la práctica de la gerencia (dirección) en las últimas décadas ha llevado a la adopción de la misión, la visión, y los valores como lineamientos de largo plazo que sirven para definir el rumbo que desea imprimir a la empresa”. Añade el autor (2006) que conjuntamente con los fines y las políticas todos estos lineamientos constituyen la matriz estratégica de la empresa.

Señala el autor (2006:40) que “la misión representa un concepto afín al de la identidad del individuo”. Expresa igualmente que la misión de la empresa es la definición integral y permanente del área de actividad de ella.

De acuerdo a David (2003) la misión es considerada como una declaración duradera de objetivos que distinguen a una organización de otras similares e indica que la formulación de la misión muestra una visión a largo plazo de una organización, en términos de qué quiere ser y a quién desea servir; en ella se describe el propósito, los clientes, los productos o servicios, los mercados, la filosofía y la tecnología básica de una empresa.

Es importante destacar en este punto, que según el autor (2003) la responsabilidad social se torna en preocupación importante al momento de definir la misión de la empresa y que los temas sociales deben tratarse directa e indirectamente al fijar las estrategias.

Por otra parte, una buena formulación de la misión varía en cuanto a contenido, extensión, formato y especificidad, debe mostrar productos o servicios, los clientes, mercados, tecnología, preocupación por supervivencia, filosofía,

autoconcepto e inquietud por su imagen pública, asimismo, debe ser conciliadora con respecto a las diversas personas y entidades relacionadas con la empresa.

Según Francés (2006:45) la visión se define como “el gran objetivo hacia el cual dirigir sus esfuerzos”, asimismo, puede verse como el logro más global e importante de la empresa u organización en el mediano y largo plazo, debe servir de norte a las acciones de sus miembros, procurando mantenerlos motivados.

Expresa el autor (2006), que la visión se puede definir en tres dimensiones, a saber:

- Posicionamiento: ubicación de la empresa en relación con otras similares; va desde líder absoluto hasta empresa reconocida.

- Geográfica: local, subnacional, nacional, regional, continental o global.

- Alcance sectorial: relacionado con la ambición de la empresa con respecto al sector donde opera ya sea desde segmentos de mercado o eslabones de cadena de producción.

La visión debe ser definida a partir de la misión, fines, valores, objetivos personales y el entorno. En los tiempos actuales la Visión se considera como el rumbo que debe seguir toda organización para alcanzar los objetivos previstos en un lapso de tiempo determinado. Al respecto, Blanchard (2007), expresa que una visión genera confianza, colaboración, interdependencia, motivación y responsabilidad mutua para el éxito organizacional.

En este orden de ideas, Prieto (2007), expresa que una visión convincente propicia una cultura organizacional sólida, en la cual se alinean las energías de todos sus miembros, esto genera confianza, satisfacción del cliente, una fuerza de trabajo pujante y comprometido con los objetivos de la empresa.

Para Francés (2006:44) “los valores plantean el marco ético-social dentro del cual la empresa lleva a cabo sus acciones”. El autor (2006) en referencia precisa que los valores forman parte de la cultura organizacional y establecen los límites en los cuales debe enmarcarse la conducta de los individuos pertenecientes a ella en el plano organizacional y personal.

En muchos casos, las empresas asumen un código de conducta, para lo cual adoptan un grupo de valores y lo aplican a las áreas de conducta pertinentes; las cuales se determinan en función de las relaciones de la empresa con sus stakeholders; es

decir: trabajadores, consumidores, accionistas, proveedores, comunidad, medio ambiente.

Robbins (2004:64) indica que los valores son: “convicciones básicas de que un modo peculiar de conducirse o de estado final de la existencia es en lo personal, o socialmente, preferible que su modo opuesto o contrario de conducirse o de estado final de la existencia”.

Para autores tales como Rokeach (1973) citado por Robbins (2004) los valores se clasifican en:

- Valores Terminales: estados finales de la existencia, se trata de metas que una persona quisiera conseguir a lo largo de su vida.

- Valores Instrumentales: modos preferibles de comportarse o medios para conseguir los valores terminales.

Al respecto, Dubrin (2004:50) expresa que “un valor se refiere a la importancia que una persona concede a algo que sirve como guía para la acción”.

Igualmente, señala que están asociados con las creencias duraderas de que un modo de conducta es mejor que el modo opuesto. Continúa señalando el autor (2004) que los valores tienen como fuente de aprendizaje:

- Imitación de patrones: hay una alta probabilidad de desarrollar los valores más importantes de quienes pueden ser los patrones (padres, maestros, amigos, hermanos, entre otros)

- Comunicación de actitudes: aquellas que se escuchan expresadas directa e indirectamente ayudan a modelar nuestros valores.

- Actitudes no expresas, sino implícitas pueden modelar valores.

- Religión: es una fuente de aprendizaje de los valores.

Asimismo, continúa Dubrin (2004) expresando que cuando hay congruencia entre los valores de los empleados, así como los requerimientos para el trabajo y la organización, hay una mayor probabilidad de que el trabajo sea mejor.

De la misma manera, indica el autor (2004) que para muchas empresas de negocios, el tipo de valores que expresan en sus documentos escritos son: respeto por la

dignidad individual, integridad intransigente, confianza, credibilidad, mejora continua y renovación personal.

Por su parte, Schermerhorn y col. (2005:72) “los valores pueden definirse como preferencias amplias sobre cursos de acción o resultados adecuados”. Señalan estos autores (2005) que Maglino, Ravlin y Adkins han elaborado un esquema de valores dirigido a las personas en el lugar de trabajo, cuyas categorías son:

- Logro: conseguir que las cosas se hagan y trabajar arduamente para lograr cosas difíciles en la vida.
- Ayudar y preocuparse por los demás: interés por las demás personas.
- Honestidad: decir la verdad y hacer lo que siente que es correcto.
- Justicia: ser imparcial y hacer lo que es justo para todos los implicados.

Se indica igualmente, que estos cuatro valores son importantes en el estudio del comportamiento organizacional.

En base a lo mencionado, Robbins (2004) le da la importancia a los valores en el estudio del Comportamiento Organizacional por cuanto tienden los cimientos para comprender las actitudes, la motivación, además influyen en nuestras percepciones y conducta.

De la misma manera Guédez (2006) expresa desde su perspectiva por la ética y la responsabilidad social empresarial, cita a Hamel (2000) quien plantea los valores de los líderes que deben asumir los compromisos empresariales se fundamentan en: la honestidad que significa decir la verdad, ser auténticos, la compasión, que expresa la sensibilidad social, la conducta solidaria; la humildad, que se asocia con la ambición ante las causas pero la sencillez en la conducta; el pragmatismo, que se inscribe en un sentido de logro, en una inclinación hacia la acción; el coraje entendido como vocación de riesgo controlado y el atrevimiento ante las causas.

En materia de valores, Amorós (2007) expresa que este concepto se refiere a las convicciones básicas, en el cual un modo determinado de conducta o estado final de existencia, ya sea con aceptación personal o en forma social, es preferible con respecto a otro. Asimismo contiene un elemento de juicio en el que transmiten las ideas de un individuo como lo que es adecuado, bueno o deseable. Además de un elemento de contenido como de intensidad, el primero establece que un modo de conducta o estado final de existencia es importante, el atributo de intensidad

determina en qué grado es importante.

Por otra parte, tener claridad acerca de lo que se desea alcanzar es fundamental para poder orientar las acciones y lograr los objetivos propuestos. Según Francés (2006), los objetivos pueden ser:

- Temporales: entendidos como aquellos que dejan de serlo al momento de ser obtenidos.

- Permanentes: situaciones o estados que nunca se alcanzan plenamente

- Personales: incluyen los estados o situaciones que el individuo desea alcanzar para sí mismo, sus familiares y allegados, tales como: bienestar, riqueza, poder, reputación entre otros. Estos objetivos aún cuando no son explícitos ejercen una influencia importante en el planteamiento de los objetivos corporativos y la misión de la corporación.

- Organizacionales: son compartidos por los miembros de una organización o parte de ella.

Por su parte, David (2003), expresa que los objetivos son los resultados que se esperan de la ejecución de ciertas estrategias, a largo plazo que una organización proyecta lograr mediante su misión básica. A tal efecto, los objetivos deben ser: cuantitativos, medibles, realistas, comprensibles, estimulantes, jerárquicos, realizables y congruentes entre las unidades de la empresa. Cuando los objetivos se fijan con claridad producen múltiples beneficios; suministran dirección, permiten sinergia, colaboran en la evaluación, reducen la incertidumbre, así como los conflictos.

En este marco de la filosofía de gestión, el papel de las políticas es guiar la ejecución de las estrategias, así lo expresa David (2003). Continúa señalando el autor (2003, p.286) que el término política se refiere a “pautas, métodos, procedimientos, reglas, formas y prácticas administrativas específicas que se formulan para estimular y apoyar el trabajo hacia las metas fijadas”.

Las políticas se pueden considerar como instrumentos para la ejecución de estrategias; fijan límites, fronteras, restricciones a las acciones administrativas que deben tomarse para recompensar y sancionar el comportamiento; clarifican lo que se puede o no hacer para lograr las metas así como los objetivos de una organización.

Según el autor (2003) hay tres tipos de políticas relacionadas con los niveles jerárquicos de una organización: empresarial que tienen aplicación en toda la organización, las políticas divisionales que se dan en una división específica y las departamentales sólo en un departamento.

De la misma manera, algunas áreas de decisión en las que se utilizan las políticas son: en la gerencia, mercadeo, finanzas, producción e investigación y desarrollo, recursos humanos.

Por su parte, Francés (2006, p.51) expresa “las políticas son reglas o guías que expresan los límites dentro de los cuales determinadas acciones deben ocurrir”. Asimismo, definen cuáles son las acciones preferibles o aceptables, entre las opciones posibles, para el logro de los objetivos e igualmente llevan a desechar algunas opciones que no se consideran aceptables en función de los valores o los fines de la corporación, o en función de objetivos de mayor jerarquía. Para el autor (2006) las políticas pueden derivarse de los valores, de los fines o de objetivos corporativos.

En el caso de la política de responsabilidad social, según Ackerman (1973) citado por Pelekais y col. (2007) su conversión en acción viene dada por tres fases distintas, a saber:

- Que la alta dirección reconozca que su organización posee alguna obligación social y como resultado, formule y comunique alguna política a todos los miembros de la organización, sobre su aceptación sobre esta obligación.

- En cuanto al personal de la alta gerencia y de línea, la alta dirección debe reunir información sobre el cumplimiento de la obligación social aceptada por la empresa, para lo cual se ofrecen recomendaciones técnicas que permitan alcanzarlo,

- En esta fase la alta dirección realiza su esfuerzo a nivel de la dirección administrativa para lograr el compromiso de los miembros de la organización que ha aceptado sobre la obligación social.

En la matriz estratégica se resume el nivel de compromiso que la empresa ha asumido con la responsabilidad social empresarial, ya que al estar contenida en su visión, misión, objetivos y políticas le está dando la verdadera dimensión e importancia que la RSE debe tener en toda organización.

Resulta importante destacar a manera de cierre, lo señalado por Guédez (2006) cuando indica que la RSE debe estar implícita y explícitamente en la plataforma de

gestión, o al menos en tres dimensiones: misión, visión y valores, es decir, debe ser parte consustancial de la estrategia corporativa.

HALLAZGOS DE LA INVESTIGACIÓN

Para el análisis de este objetivo de carácter cualitativo, se procedió previamente a verificar con las Pymes en estudio, los aspectos relativos a la filosofía de gestión mediante las unidades de análisis de la visión, misión, objetivos, políticas, valores y modalidades. A tal efecto, se consultó a los cuarenta gerentes en los siguientes puntos: visión, misión, objetivos, políticas definidas por escrito, definición de la RSE en la filosofía de gestión, la modalidad de RSE realizada y los valores de la empresa y sólo 25 de ellos señalaron que las empresas los tenían, el resto no presentaba ninguno de los aspectos señalados por escrito.

Una vez procesada esta información fue necesario recabar los documentos contentivos de la filosofía de gestión de las Pymes del sector salud que manifestaron disponer de sus elementos escritos para poder realizar el análisis de su contenido y verificar el compromiso asumido por la gerencia en materia de RSE. En tal sentido, solo once de las veinticinco contaban con la documentación relacionada con los aspectos antes mencionados por escrito, cuyos resultados se presentan en la siguiente matriz de análisis.

A partir del análisis de los documentos se evidencia que en la misión y visión no se incluye de manera explícita el concepto de RSE, de la misma manera, ninguna de las empresas presentó políticas y objetivos generales ni de RSE. Entre los valores no se incluye explícitamente la RSE, presentan algunos que pueden asociarse al concepto, tales como: honestidad, comunidad, aspectos éticos, capital humano, responsabilidad, confianza, solidaridad y respeto.

De lo anteriormente expuesto, en el caso del objetivo de esta investigación, se puede señalar que hay una ausencia de compromiso por parte de la gerencia de las PYMES en estudio hacia la inserción de la RSE en la filosofía de gestión de estas empresas. Resultados que están en contradicción con lo expresado por Guédez (2006) quien indica que la RSE debe estar implícita y explícitamente en la plataforma de gestión. De la misma manera, estos resultados no coinciden con lo expresado por Etkin (2007), citado por quien señala que la filosofía de gestión es un cuerpo de conceptos para la gestión, relacionados con a) la misión y propósitos de la organización en su contexto (responsabilidad social), b) los principios, creencias y valores sociales como condiciones de orden general para las decisiones (capital social), c) las políticas y lineamientos para la acción que mejor reflejen dicha misión y principios (pautas de comportamiento).

TABLA 1

MATRIZ DE ANÁLISIS

NIVEL DE COMPROMISO EN MATERIA DE RSE EN LA FILOSOFÍA DE GESTIÓN

Razón Social	ASPECTOS EVALUADOS			
	Misión	Visión	Políticas	Observac.
C.C. María Edelmira Araujo	No se incluye específicamente el término de RSE. Tienen incorporados términos tales como: equidad, solidaridad, universalidad e integridad, que están relacionados con la RSE.	No se incluye específicamente el término de RSE. Se observa el uso de términos tales como: docencia, investigación, comunidad, confianza, satisfacción y seguridad, los cuales están relacionados con la RSE.	No están considerados en la plataforma ética de la organización	La visión y la misión no están accesibles al público interno y externo de la organización
Banco de Sangre	No se incluye específicamente el término de RSE. Sólo aparece el término socorro, el cual puede asociarse con solidaridad.	No tiene	No están considerados en la plataforma ética de la organización	La Misión se corresponde con el objeto de la organización establecido en el Registro. No hay claridad sobre

				el concepto.
Farmatodo	No se incluye el término de RSE	No se incluye el término de RSE	No están considerados en la plataforma ética de la organización	La visión y la misión no están accesibles al público interno y externo de la organización. La gerencia desconoce la visión y la misión.
Instituto Médico Valera	No hay referencia explícita al término de la RSE. Se menciona precios justos y accesibles y los servicios más bajos del mercado, lo cual puede asociarse con solidaridad.	No está expresamente definida	No están considerados en la plataforma ética de la organización	La misión no está accesible al público interno y externo de la organización.
Centro Clínico de Cirugía Dr. José Gregorio Hernández	Se incluye el término responsabilidad, ética, liderazgo, desarrollo sustentable, todos relacionados con la RSE.	No hay evidencia del término RSE.	No están considerados en la plataforma ética de la organización	La misión y la visión no están accesibles al público interno y externo.
Servicios de Imagenología	No está explícito el término RSE. Se incluyen términos tales como: equidad, solidaridad,	No está explícito lo relacionado con la RSE.	No están considerados en la plataforma ética de la	La misión y la visión no están accesibles al público

	universalidad e integralidad, que están asociados a la responsabilidad social empresarial.		organización	interno y externo.
Centro Médico Los Ilustres	No está explícito lo relacionado con la RSE. Se mencionan las jornadas sociales como parte de su misión.	No está explícito lo relacionado con la RSE.	No están considerados en la plataforma ética de la organización	La misión y la visión no están accesibles al público interno y externo.
Asistencia Médica de Emergencia	No está explícito lo relacionado con la RSE. Se menciona lo relativo al bienestar de la comunidad como parte de sus servicios.	No está explícito lo relacionado con la RSE. Se menciona los aspectos humanos como parte del pleno desarrollo de la empresa.	No están considerados en la plataforma ética de la organización	La misión y la visión no están accesibles al público interno y externo.
Centro Médico Adaptógeno S.A.	No está explícito lo relacionado con la RSE. SE incluye lo humano en el tratamiento médico que aplican	No está explícito lo relacionado con la RSE.	No están considerados en la plataforma ética de la organización	La misión y la visión no están accesibles al público interno y externo

Sociedad Anticancerosa de Trujillo	No está explícito lo relacionado con la RSE. Se incluye lo relativo a la educación continua como parte de su misión.	No está explícito lo relacionado con la RSE. Se incluye lo relativo a educación constante y el entorno familiar.	No están considerados en la plataforma ética de la organización	La misión y la visión están exhibidas tanto al público interno como externo.
Maximédica	No está explícito lo relacionado con la RSE. Se incluye lo relativo a confianza, trabajo responsable y la sustentabilidad del entorno.	No está explícito lo relacionado con la RSE. Se incluye lo relacionado con los aspectos éticos, y el logro del desarrollo de su capital humano y el entorno social.	No incluyen expresamente lo relacionado con RSE. Consideran la integridad personal, pertenencia, liderazgo, calidad de servicio,	La misión y la visión no están accesibles al público interno y externo
Razón Social	ASPECTOS EVALUADOS			
	Objetivos	Valores	Modalidades	Observac.
C.C. María Edelmira Araujo	No disponen	Responsabilidad	Proyectos sociales propios	Jornadas Sociales
Banco de Sangre	No disponen	Responsabilidad Honestidad	Voluntariado	
Farmatodo	No disponen	Honestidad	Donaciones Patrocinio de eventos Proyectos sociales propios	

			Proyectos sociales con la comunidad Voluntariado	
Instituto Médico Valera	No disponen	Responsabilidad	Proyectos Sociales propios	Jornadas Sociales
Centro Clínico de Cirugía Dr. José Gregorio Hernández	No disponen	Responsabilidad Honestidad Solidaridad Respeto Confianza	Donaciones	
Servicios de Imagenología	No disponen	Responsabilidad Confianza	Proyectos sociales propios	Jornadas Sociales
Centro Médico Los Ilustres	No se expresa lo relacionado con la RSE.	Responsabilidad Honestidad Confianza	Ninguna	
Asistencia Médica de Emergencia	No disponen	Responsabilidad	Ninguna	
Centro Médico Adaptógeno	No disponen	Responsabilidad	Ninguna	
Sociedad Anticancerosa	No disponen	Responsabilidad Honestidad Solidaridad Respeto	Proyectos sociales propios Proyectos sociales con la comunidad Proyectos sociales	

		Confianza	con el gobierno Voluntariado Proyectos sociales con Ong's	
Maximédica	No disponen	Honestidad Respeto	Donaciones Proyectos sociales propios	En el área de la educación especial

Fuente: Ramírez de Egáñez (2009)

Igualmente, no coincide con Vargas (2004) quien señala que en la medida que la empresa asume en su plataforma estratégica el compromiso de la RSE debe concretarlo en acciones de inversión social, y así mismo la gerencia asumir la responsabilidad de implementar las acciones necesarias que den cumplimiento a este propósito institucional.

En contraste con los autores señalados, los resultados obtenidos en este objetivo, evidencian que al no tener una filosofía de gestión, los directivos y personal de las PYMES del sector salud estudiadas, actúan ante la realidad, de una manera aislada, sin capacidad de conectarla y sólo hacen referencia a lo que ocurre en el día a día, sin tener una visión, misión, objetivos, políticas que definan y enrumben la acción en el mediano plazo, lo cual se constituye en una debilidad, al no utilizar herramientas que son fundamentales para el proceso de planificación a mediano y largo plazo de las organizaciones.

CONSIDERACIONES FINALES

Se concluye que hay ausencia en el nivel de compromiso de la gerencia con respecto a la inserción de la RSE en la filosofía de gestión, por cuanto una vez revisados los documentos contentivos de la visión, misión, objetivos y políticas, no se evidencia la inclusión explícita de la RSE en ellos, de lo cual se deduce que la RSE en estas empresas se encuentra en una etapa incipiente, es decir, en aquél nivel de conciencia como señala Jarrín (2008) en el cual la organización, comienza a sentir la necesidad de llegar con algunos beneficios de la gestión del negocio a las comunidades del entorno, por lo tanto, la característica prevaeciente son las donaciones. Por lo tanto, para que exista la responsabilidad social empresarial, se

requiere que haya un compromiso explícito con ella en el marco de la organización, incorporándola en la visión, la misión, las políticas y objetivos, para que luego pueda ser expresada a través de las acciones que en materia de RSE se vayan a ejecutar.

A MANERA DE PROPUESTA

Tomando en consideración los resultados obtenidos, se elaboraron una serie de lineamientos estratégicos orientados fundamentalmente hacia:

Construir la filosofía de gestión en las Pymes en estudio e insertar la RSE como parte de ella.

Tal como se ha referido por diversos autores, la filosofía de gestión de las empresas define específicamente el norte o rumbo que cada una de ellas puede llevar a cabo para poder lograr alcanzar con éxito lo que se propone realizar mediante su actividad productiva de bienes o servicios.

En tal sentido, la construcción de la filosofía de gestión pasa por desarrollar los siguientes pasos:

-Debe haber un nivel de convencimiento por parte de los propietarios, accionistas de la empresa en cuanto a la necesidad de disponer de la visión, la misión, los objetivos, las políticas y la claridad en los valores que representan lo que la empresa realmente quiere ser. En este mismo momento, se define si la empresa tiene planteado asumir la RSE como parte de su gestión empresarial. Para ello, se recomienda realizar una jornada de sensibilización entre la gerencia y los propietarios de las Pymes para intercambiar información, experiencias, manejar ventajas y desventajas, focalizar las acciones de RSE que se asumirán, los recursos necesarios para llevarlo a la práctica.

-La visión y la misión debe construirse con la participación de todos los actores que forman parte de la empresa, por cuanto ello permite los aportes del personal de todos los niveles de la organización, generando de esta manera un mayor compromiso y consenso con la visión y misión que se defina. Si se aceptó la incorporación de la RSE en la gestión de la empresa, esta debe quedar inserta de manera explícita en la misión y la visión. Se recomienda igualmente la realización de un Taller de Trabajo, con la presencia de un facilitador externo a la empresa, para definir y construir con los aportes de todos la visión y la misión de la empresa.

-Una vez precisada la visión y la misión, se hace necesario que la gerencia de las Pymes, mediante reuniones de trabajo, defina conjuntamente con los directivos las políticas en los diferentes aspectos de la empresa, es decir, debe quedar claramente establecidas las relacionadas con: el talento humano, la producción, el mercadeo, los aspectos económicos y financieros, así como lo relacionado con la política de RSE que se va a asumir en las Pymes.

-El siguiente paso debe reflejar los objetivos que las pequeñas y medianas empresas, llevarán a la práctica para poder alcanzar lo planteado en la misión y la visión. Para ello se hace necesario tener suficiente claridad de las capacidades con que cuenta la Pymes a los fines de poder definir objetivos alcanzables, mensurables, realistas desde el punto de vista económico y social.

-Los valores deben estar claramente establecidos en el contenido de la misión y la visión ya que éstos actúan como guías en el comportamiento ético de las pequeñas y medianas empresas. Para ello se recomienda realizar talleres con todo el personal de la empresa, con la finalidad de identificar aquellos valores personales y organizacionales que mejor representan a la empresa. Y en el caso específico, de la RSE debe quedar inserta como un valor que la empresa llevará a cabo como parte de su gestión.

-Las modalidades de RSE, es decir, la inversión social que vaya a realizar la empresa, debe quedar claramente definido, para ello debe tomarse en cuenta diversos aspectos a saber: tipo de sector hacia donde se focalizarán las acciones, es decir, en este caso, tomando en cuenta que las Pymes corresponden al sector salud, puede llevarse desde este sector la RSE hacia la prevención de enfermedades, fundamentalmente mediante la orientación de la educación a los niños, jóvenes y adultos. Para ello, pueden desarrollarse programas en forma de alianzas entre las diversas empresas que conforman el sector, el gobierno, y las empresas farmacéuticas que producen los medicamentos, para realizar campañas preventivas, curativas y de información que se realicen en forma permanente, tanto en el medio urbano como en el rural del Municipio Valera.

Igualmente, debe considerarse otras modalidades de inversión social que están asociadas con el marketing social, ya que los productos y servicios que brindan las Pymes estudiadas corresponden al sector salud, el cual es altamente vulnerable para la población de menores recursos. Por lo tanto, se hace propicia la ocasión para plantear el establecimiento de redes entre las diferentes instituciones de salud, para organizar compras en forma conjunta lo cual garantiza costos menores y por ende un precio al público más accesible. Igualmente, incidir ante los fabricantes de

medicamentos en cuanto a las presentaciones en menor cantidad que brindan oportunidad al consumidor de adquirir lo que su capacidad económica le permite.

En el caso de las clínicas, la inclusión en la programación de estas instituciones, en forma permanente, de jornadas de despistaje de enfermedades, de vacunación, de asesoría nutricional, entre otras, puede convertirse en una importante práctica de RSE, que le genera beneficios a la comunidad y a la empresa.

-Las modalidades que las Pymes decidan desarrollar en materia de RSE deben ser promovidas en el ámbito interno y externo, lo cual permite identificar oportunidades de apoyos adicionales que le permitan a la empresa continuar atendiendo preocupaciones sociales de una manera más amplia.

Para estos aspectos, se recomienda apoyarse en instituciones como la Asociación de Comerciantes e Industriales de Valera (ACOINVA), la cual puede servir de facilitador en todo este proceso, mediante el poder de convocatoria que tiene la Asociación, los espacios para la realización de los encuentros y el equipo humano que puede facilitar la organización y diseño de esta programación de inversión social.

-La medición de lo que se haga en materia de RSE es de fundamental importancia, ya que permite por pequeña que sea la actividad que se realice ir conformando el balance social de la empresa, el cual irá incorporando acciones de inversión social en la medida que se incremente el compromiso social de la organización.

-Se recomienda, llevar registro permanente, organizado de las diferentes actividades que se realicen en materia de RSE, dejando claramente definido: la fecha de realización, el tipo de actividad, la población beneficiada, el monto de inversión social realizada, el impacto social y económico logrado a nivel de la comunidad y de la empresa.

-Invitar a la Asociación de Comerciantes e Industriales de Valera (ACOINVA) y las diferentes Instituciones de Educación Superior para facilitar los talleres de preparación de la Filosofía de Gestión y la RSE para las Pymes objeto de esta investigación.

Referencias

Referencias Impresas:

a) En libros:

- David, F. (2003) **Administración Estratégica**. Legis Editores, Colombia
- Dubrin, A. (2004) **Fundamentos de Comportamiento Organizacional**. Editorial Ofset S.A. México.
- Francés, A. (2006) **Estrategia y Planes para la Empresa**. Ediciones Pearson. México
- Guedez, V. (2006) **Ética y práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. El aporte de la empresa al capital social**. Editorial Planeta. Caracas, Venezuela.
- Jarrin, A. (2008) **DE la Revolución Industrial a la Evolución Empresarial. Más allá de la Ética y la Responsabilidad Social Corporativa: un tema de conciencia**. Coordinación Editorial Creating, C.A. Caracas, Venezuela.
- Pelekais, C. Ferrer, J. Cruz, A. Romero, D. (2007) **Responsabilidad Social Compromiso de las Organizaciones** Ediciones Astro Data S.A. Venezuela.
- Robbins, S. (2004) **Comportamiento Organizacional**. Prentice Hall Inc México
- Schermerhorn, J. Hunt, J. Osborn, R. (2005) **Comportamiento Organizacional**. Editorial Limusa S.A. México
- Vargas, M. (2006) **Creando Valor Sostenible. Compromiso y Responsabilidad Social de la empresa privada en Venezuela**. Alianza Social. Venamcham. Caracas, Venezuela.
- Vargas, M. (2005) **Inversión Social Empresarial. Instrumento para la Sostenibilidad. Principios y prácticas**. Alianza Social. Venamcham. Caracas, Venezuela.

b) Documentos y reportes técnicos:

- Prieto, R. (2007) **Cátedra de Liderazgo Organizacional**. Doctorado en Ciencias Gerenciales. URBE Venezuela.

Referencias Electrónicas consultadas

a) Libros

- Amoros, J. (2007) **Comportamiento Organizacional**. Biblioteca Virtual EUMED. Disponible en www.eumed.libros.net/libros. (Consulta 2010, abril 20)
- Blanchard, K (2007) **Liderazgo al más alto nivel**. Editorial Norma, Bogotá, Colombia. Disponible en www.google.books (Consulta 2010, marzo 15)
- Etkin, J. (2007) **Capital Social y Valores en la Organización Sustentable**. Ediciones Granica C.A. Buenos Aires, Argentina. Disponible en www.google.books (Consulta 2010, enero 30)

b) Artículos

- Vaca, A. Vargas, A. García E. (2004) **Responsabilidad Social Empresarial**. Revisión Teórica. Facultad de Ciencias Empresariales. Departamento de Dirección de Empresas y Marketing. Consulta electrónica en

<http://209.85.165.104/search?q=cache:YyNViHdOyXwJ:www.ujaen.es> (Consulta 2010, junio 14)

***Autora**

Dra. María T. Ramírez de Egáñez. mtrdem@gmail.com. Valera, Estado Trujillo, 02718810212, 04147290920