

RESPONSABILIDAD SOCIAL EN EL GRUPO RENUTRE C.A

Dubain Noryis E

Licenciada en Administración Universidad
Centroccidental “Lisandro Alvarado”.

Analista de presupuesto en el grupo de empresas
Renutre.

Docente de la Universidad Pedagógico Experimental
Libertador - UPEL.

E-Mail: dubain28@hotmail.com

La Responsabilidad Social se configura como forma de accionar por parte de las organizaciones conforme a su papel en la sociedad, que no solo se trate de generar mayor ganancia a los accionistas sino que incluya una serie de elementos que generen bienestar a los involucrados en cuanto al lugar de trabajo, medio ambiente, inversión social, mercado responsable, valores y ética. Estas prácticas diferencian y extrapolan a las empresas que las llevan a cabo convirtiéndose a su vez en mayor sostenibilidad y ventaja competitiva. Esta investigación tiene como finalidad determinar dichos elementos de Responsabilidad Social Empresarial en el grupo de empresas RENUTRE C.A con el objetivo de diseñar lineamientos que afiancen la misma como estrategia competitiva. La investigación responde a un diseño no experimental, reflejando las características de las variables sin ninguna manipulación. Es de tipo de campo conforme a la realidad de los hechos, con un nivel descriptivo pretendiendo identificar y analizar el comportamiento de las variables utilizando sus indicadores. Algunas conclusiones señalan que los elementos analizados se han venido ejecutando, sin embargo se aprecia que este tema aun no se ha internalizado en general, por considerarlo actividades cotidianas y no estrategias de sostenibilidad y competitividad sana empresarial.

Palabras claves: Responsabilidad Social, Empresa, Estrategia Competitiva, Lineamientos.

Recibido: 03 - 09 - 2009

Aceptado: 04 - 11 - 2009

Summary

Social Responsibility is configured as a form of action by the organizations according to their role in society, not only try to generate more profits to shareholders but includes a number of elements to generate wellbeing for those involved in the workplace environment, social investment, market responsible, values and ethics. These practices differ and extrapolated to the companies that performed in turn becoming more sustainable and competitive advantage. This research aims to define those elements of Corporate Social Responsibility in the CA group of companies RENTRE with the aim of design guidelines that reinforce the same as a competitive strategy. The research responds to a non-experimental design, reflecting the characteristics of the variables without any manipulation. It's kind of field according to the actual facts, with a descriptive level to identify and analyze the behavior of the variables using their indicators. Some findings indicate that the analyzed elements have been implemented, however it is appreciated that this issue has not yet been internalized in general, considering daily activities and strategies are not sustainable and healthy business competition.

Keywords: Social Responsibility, Business, Competitive Strategy, Guidelines.

SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE GROUP RENTRE C.A

Dubain Noryis E

Degree in Business Administration Universidad
Centroccidental "Lisandro Alvarado".
Budget analyst in the group of companies Rentre.
Docente de la Universidad Pedagógico Experimental
Libertador - UPEL.
E-Mail: dubain28@hotmail.com

1. INTRODUCCIÓN

El futuro de las empresas depende cada vez más del bienestar de la sociedad: de la capacidad de compra de los consumidores, de la fortaleza de las instituciones, de la salud y educación de los trabajadores, de la infraestructura de transporte y de la comunicación, de la legislación vigente y del estado de derecho, entre muchos aspectos (Francés , 2008: 28) dichos factores que permiten un desarrollo sostenido en el tiempo y que proporcionan un ambiente favorable para el rendimiento económico de la organización. Claro está, que dichas condiciones son totalmente de carácter social y se entiende como responsable la administración pública, y es bien conocido que este aspecto se reconoce como una deuda acumulada por parte del estado y los problemas se multiplican cada vez más y más.

Sería ilusorio pensar que las organizaciones privadas pueden solventar los problemas que cunden a un país. Casi utópico llegar a imaginar que las organizaciones privadas, por si solas, están en capacidad de realizar la labor titánica de saldar una deuda social. el concepto errado de que las empresas deben solventar los problemas sociales desvía la finalidad de la RSE. Desde un punto clave se trata de contribuir y por ello “son cada vez más las empresas latinoamericanas que, al emprender una iniciativa social de carácter estratégico, han logrado producir cambios de gran impacto en beneficio de la sociedad, lo que contribuye al éxito del negocio” (Francés, 2008: 28)

Ser socialmente responsable en Venezuela es la tarea de los empresarios que con su trabajo impulsan la economía y es que sus operaciones van mucho más allá, trascienden lo cotidiano en aspectos sobre bienestar de los empleados, satisfacción de los clientes, preservación del medio ambiente y retribución de la inversión hacia los accionistas. Estos conforman algunos de los elementos de la RSE desde un punto de vista interno y externo.

Surge así la forma para algunos de actuar de una manera más responsable: es la comprenda dentro de

su gestión los valores y principios necesarios para desarrollar actividades sobre RSE en el ámbito interno y externo, extrayendo de tales prácticas beneficios significativos en las empresas. Es así como diferentes casos a nivel nacional e internacional demuestran que la RSE es una inversión a mediano y largo plazo.

Es por ello que el presente estudio atiende a la identificación de los elementos de RSE, desde una perspectiva interna, con el fin de diseñar lineamientos para impulsar la RSE como estrategia de competencia sana empresarial ya que es “Una nueva forma de vivir en sociedad, donde las soluciones para el desarrollo provienen de la creatividad que nace del diálogo, del trabajo conjunto y de la puesta en práctica de nuevas formas de participar, producir, actuar y existir”. (Acosta, 2002: 8)

Se trata de un estudio empírico, con el caso específico del GRUPO RENTRE, que con más de 30 años en el mercado la conforman seis empresas dedicadas a la distribución y venta de confites, transporte y servicio de administración y logística. El grupo lo conforma DCDS c.a, Confys c.a, RPC Inversiones c.a y Inversora Sandi c.a, Pepito c.a y Rentre c.a que sin plantearse aun políticas de RSE su desempeño a demostrado practicas consecuentes con el concepto y que planteados como estrategia, los beneficios estarían disgregados para todos y cada uno de los actores. Es por ello que esta investigación tiene como objetivo “identificar los elementos de Responsabilidad Social Interna del GRUPO RENTRE C.A y Diseñar Lineamientos para impulsar la RSE como Ventaja Competitiva para el grupo de empresas.

2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Hablar de responsabilidad enuncia en su concepto el deber de responder y si le agregamos la parte social esta implica entonces la mirada hacia el componente que lo envuelve. El protagonismo de esta tendencia de Responsabilidad Social lo tienen las Empresas, destinadas según muchos a encaminar el crecimiento

económico de los países. Según Rafael Acosta en su trabajo sobre el tema, la palabra responsable proviene del latín (responder) que está referido a las acciones humanas, significa que se asume como autor de sus actos, ante la propia conciencia y ante la sociedad. Es interesante observar la definición desde un punto de vista más intrínseco, más particular donde señala en líneas generales que: *el concepto de responsabilidad mueve a las personas, grupos y/o instituciones a adoptar conductas éticas caracterizadas por el compromiso activo y libre por alcanzar el bien común de la sociedad*. Supone entonces, una estrategia general de vida. Se compone de tres principales actitudes: el respeto, la justicia y la solidaridad. Las tres conforman el derecho irrenunciable de **Ser Humano**.

Otro punto de vista nos señala que la RS es *“la forma de gestión determinada por la relación ética y transparente que la empresa sostiene con todos sus grupos de interés y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de las sociedades...”* Instituto Ethos de Brasil citado por (Rosignoli, 2008). Las definiciones de RS están sustentadas en elementos configuradores como los: desarrollo de valores y principios, abocado a lo personal y lo social, una perspectiva interna y externa, va más allá del mero cumplimiento de las obligaciones sociales, es desarrollo sustentable como estrategia competitiva. Es *“Una nueva forma de vivir en sociedad, donde las soluciones para el desarrollo provienen de la creatividad que nace del diálogo, del trabajo conjunto y de la puesta en práctica de nuevas formas de participar, producir, actuar y existir”*. (Acosta, 2002:8)

Al respecto Guerra (2007) señala que existen dos concepciones sobre la RSE una que enuncia que las empresas privadas accionen en función de llevar a cabo más de lo que exige las leyes y por la otra que *“la empresa no tiene más responsabilidad sino la de maximizar sus ganancias respetar las leyes y las reglas del juego”* Naranjo (2001) citado por Guerra (2007). Llega a conceptualizar la RSE como la asimilación de una gestión consiente, clara y sostenida que complementa con valores y acciones concretas,

formas de gestión que se aplican desde el inicio como criterios tradicionales de medición y evaluación de la rentabilidad y gestión financiera de una organización, logrando una vinculación efectiva con el entorno.

2.1 SITUACIÓN EN CONTEXTO

La historia demuestra que el rol de las organizaciones permitió el desarrollo pujante de muchas sociedades en detrimento y se debe decir, de muchas otras. Casos puntuales el de América Latina que aun 600 años después del mal llamado descubrimiento y la colonización somos proveedores de las materias primas y de trabajo para favorecer la capacidad productiva de los del otro lado del mundo. Ello conduce a una deuda social y surge insatisfacción sobre lo que se espera de las organizaciones especialmente de las empresas, a raíz de ello se han generados corrientes adversas a un sistema económico que no cubre las expectativas de la sociedad.

Es concluyente que este hecho refleja las responsabilidades de las empresas, pues el gobierno en busca de fortalecer la sociedad espera de buenos oficios que las organizaciones privadas con fines lucrativos coadyuven a la ejecución de sus planes. Es notorio los Cambios políticos, económicos e institucionales recientes en América Latina con una transformación de los modelos organizativos y productivos globales, se enmarcan en la producción social, cooperativismo por mencionar de proyectos identificados en mayor o menor grado con la izquierda, y críticos del discurso neoliberal” (Guerra, 2007). Los intentos de cambiar esta realidad han pasado por iniciativas de gobiernos del continente empeñados para desgracias de muchos, en lograr otorgar para los trabajadores más que un salario, un bienestar palpable, para el estado a través del pago de impuesto, para brindar garantía a los consumidores sin pasar por encima sus derechos, para el planeta casa de herencia que dejaremos a nuestros hijos.

En palabras más sencillas es insatisfacción, esa misma que ha impulsado corrientes que según opinión de autores como Antonio francés (2008:15), responden en el caso específico de Venezuela como motivación del socialismo del siglo XXI. *“En el caso venezolano, el gobierno bolivariano promueve determinadas líneas ideológicas como una mayor igualdad, participación, conciencia social, protección del medio ambiente, desarrollo endógeno y multipolaridad geopolítica”*.

Merece especial interés evaluar que aun y cuando no se presenta en Venezuela una ley sobre RSE, las prácticas a nivel de reformas de diferentes leyes, reglamentos o normas parten asumiendo acciones que las empresas deben emprender. Por ejemplo: Otorgar Bono de Alimentación, tener especial atención del Medio Ambiente y las Condiciones de Trabajo, Aporte LOCTI, caso de capacitación al personal y generación de conocimiento, condiciones de trabajo, aportes para proyectos anti drogas, solo por mencionar algunos elementos. De esta forma la Administración por diferentes medios busca orillar a las empresas a tener una participación mas activa en la sociedad partiendo en primera instancia del cumplimiento legal y que luego considere tener prácticas comunitarias con carácter solidario y sostenible. Es decir, aunque no exista sanción tipificada en ley para empresa que no son socialmente responsables, la insatisfacción por parte de trabajadores y/o la comunidad puede traer graves consecuencias para el negocio que van desde difusión de practicas irresponsables hasta la quiebra del negocio. En este sentido, la empresa debe pensar en los escenarios y analizar las ventajas de actuar con prevención y para beneficio de todos.

2.2 DIMENSIONES DE LA RSE

La RSE puede observarse según dos puntos de vista, que atienden según su clasificación es la Interna y externa. Donde la primera se entiende como las prácticas éticas y responsables que la

empresa realiza para el beneficio de los trabajadores y accionistas mientras que la segunda implica acciones que la empresa lleva a cabo fuera de ella, es decir, con los proveedores, clientes y comunidad en general. Cabe destacar que esta última es la más difundida, hecho que se comprueba con facilidad al observar los conceptos de publicidad que actualmente se manejan. En su mayoría estos conceptos apuntan a difundir la imagen de la empresa como solidaria en su gestión.

Para Kirschner (2006) citado por Guerra (2007) *“los estudios han privilegiado las relaciones entre empresas y los actores y factores exteriores a ella”*. Dejando de lado la RSE interna, perspectiva que tiene que ver con los empleados, socios y accionistas, condiciones de trabajo, ahorro interno, actuaciones éticas, entre otros. Considero entonces, que merece especial cuidado el estudio y difusión de la RSE interna ya que de ello depende la motivación, el desarrollo y la continuidad de las diversas actividades que lleva a cabo una empresa.

Es así como la investigación persigue identificar los elementos internos de Responsabilidad Social en el grupo RENTRE. Desde el punto de vista teórico es comparar la cotidianidad con las características de las empresas socialmente responsables, y que de esta forma a posteriori se encausen lineamientos de desarrollo como estrategia competitiva. Se trata de adecuar las formas de gerencia con las exigencias del entorno, como oportunidad de bienestar colectivo y no como medidas que simplemente reducen el margen de utilidad. Podemos sin duda alguna aplicar nuevos principios que van más allá de la moda y que se conviertan en beneficios para todos: socios, accionistas, empleados y el medio ambiente en una primera etapa y de los proveedores, clientes y comunidad en una segunda que implique el estudio y la promoción de las acciones responsables hacia el entorno. Ya que es paradójico hablar de RSE externa sin conocer las experiencias internas de las empresas.

Tal como reza un refrán muy popular en el país “la ley empieza por casa”

2.3 ELEMENTOS Y FACTORES QUE CONFORMAN LA RSE

Esta parte del tema de RSE se refleja en unión de los elementos y factores que están íntimamente relacionados en su estudio. Tomando como referencia a Flores y otros (2007) en su trabajo titulado El argumento empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Expone los elementos inmersos en las distintas definiciones sobre el tema y que son recurrentes en la misma, cosa que los designa como indispensables a la hora de llevar a cabo tales acciones, entre los que se presentan:

- a) *El Compromiso* de las empresas de operar de tal forma que agreguen valor social a la comunidad.
- b) *La Decisión Voluntaria* de las empresas de adoptar prácticas de RSE.
- c) *Los Beneficios para la Sociedad y Grupos Involucrados (stakeholders)*: Éste es un tema amplio, sin embargo algunas definiciones hacen una lista concreta de las comunidades, consumidores, proveedores, empleados y familias como parte de la sociedad que debe beneficiarse de las operaciones de la compañía.
- d) *La Conducta Ética*: La ética en estas definiciones frecuentemente va más allá de las expectativas tradicionales de los negocios, e incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significa prácticas de negocio aceptables.
- e) *El Desempeño Ambiental*: Aunque la RSE es un concepto amplio que atañe a distintas áreas del negocio, se resalta frecuentemente

el desempeño en la conservación del medio ambiente.

- f) *La Adaptabilidad*: Una de las definiciones hace referencia a la importancia de adaptar la RSE al contexto y realidad de las sociedades en las que operan las empresas, es decir, en diseñar modelos de RSE a la medida, según las particularidades del entorno en que se desarrollan.

2.4 ACTORES-INVOLUCRADOS-BENEFICIARIOS

Para que todo proceso se lleve a cabo se requiere de los involucrados, en el caso de nuestro tema son imprescindibles ya que serán los actores o beneficiarios de lo que se refiere a RSE según el caso, entre los que se encuentran:

Trabajadores: El empresario realiza acciones de Responsabilidad Social Empresarial en este ámbito cuando mejora las condiciones de vida del trabajador proporcionándole un ambiente de trabajo sano, salario y horario justo, respeto en sus derechos humanos, entrenamiento y desarrollo profesional, pagos y beneficios acordes con su trabajo; igual oportunidad de trabajo para hombres, mujeres, discapacitados, edades y relaciones industriales. Legislación laboral vigente, cuando existe personal capacitados en salud y seguridad.

Accionistas: cuando exista retribución suficiente del capital a través del valor de las acciones y los dividendos. Transparencia informativa sobre gestión y resultados, sin artificios contables que oculten la verdadera situación de la empresa. Al realizar inversiones éticas, evitando inversiones poco transparentes y de dudosa solvencia que pongan en peligro la reputación y el futuro de la empresa.

Clientes: cuando se respetar el derecho del consumidor, medir la satisfacción del cliente y atender todos sus reclamos, preocuparse por sus

clientes. Realizar comunicación veraz de los productos, autorregulación publicitaria, realizar estudios de investigación y desarrollo para ampliar números, tipos de productos, servicios para tener consideraciones de clientes con necesidades especiales.

Proveedores: se práctica RSE cuando se selecciona justa y responsable los proveedores (sin comisiones ilegales). Relaciones de “ganar-ganar” con los proveedores, evitando condiciones de pago que pongan en peligro la solvencia financiera de éstos.

Comunidades: existen muchas necesidades a nivel social. Las empresas deben poseer planes y programas sociales que solventen esta problemática ya sea haciendo donaciones directas o a fundaciones de apoyo comunitario. También los empleados pueden involucrarse en actividades comunitarias con su trabajo, recolectando fondos, apoyando eventos culturales y deportivos. Las empresas también pueden involucrar lo social en su misión y visión, invertir en proyectos sociales, crear empleos, invertir en educación, involucrar a los trabajadores en proyectos económicos y educativos; con el fin que mayor número de personas encuentre un empleo o mejor posición luego de haberse entrenado en la empresa. Dar oportunidades a los estudiantes de lograr pasantías y visitas guiadas a las empresas, al igual que toda colaboración y oportunidad para el desarrollo de la población estudiantil.

Competidores: al ofrecer Productos y servicios de calidad, seguros, fiables, a precios razonables. Colaboraciones y alianzas con competidores para reducir costos, y brindar nuevos productos y servicios imposibles de producir en solitario.

Sociedad en General: El cumplimiento de la Responsabilidad Ciudadana es parte de los valores y principios éticos de la empresa, pues esta debe pagar todo tipo de tributo en forma y cumplimiento.

Además al reportar casos de corrupción y soborno, con cumplimiento de la política ética de la empresa.

Gobierno: En la mayoría de los casos la actuación del gobierno se refleja respetando el cumplimiento del marco jurídico, sin embargo en nuestro caso es evidente que las pretensiones de la administración son la de modificar estructuras existente por nuevos modelos de producción social. Lo que implica una mayor capacidad de respuestas por parte de las empresas.

Medio Ambiente: controlando las fuentes contaminantes: identificando que procesos y equipos generan contaminación de mayor impacto y ejerciendo planes para el manejo de desechos urbanos, excedentes de materiales y mantener los niveles de contaminación dentro de los límites y condiciones establecidas por la legislación y al diseñar y ejecutar programas de adecuación ambiental realizando mecanismos de control y seguimiento a estos programas teniendo personal capacitado para tal fin ya sea internamente o externamente se es responsable socialmente. También al realizar charlas de difusión con temas alusivo al medio ambiente.

2.5 IMPORTANCIA DE LA RSE

Según Vega (2007) las actividades que se llevan a cabo por este concepto son mucho más que filantropía, su importancia radica en lograr por ejemplo: la motivación creciente de los trabajadores, satisfacer las necesidades de los clientes, mejorar la imagen de la empresa, innovación, disminución de costos, cumplimiento de la legalidad y oportunidades de negocio.

En tal sentido se hace evidente reconocer que las empresas están cambiando a modelos de gestión más participativos de cara a adaptarse a las realidades, Venezuela experimenta cambios significativos en el ámbito empresarial se debe entonces buscar la intersección entre espacios

donde los objetivos de gobierno y empresa puedan coexistir, tal como lo expone Michael E. Porter y Mark R. Kramer (2002) citado por flores (2009:5) donde asevera que:

“Es verdad que se ha considerado por mucho tiempo que los objetivos económicos y sociales son distintos y a menudo compiten entre sí. Pero ésta es una dicotomía falsa. Representa una perspectiva cada vez más obsoleta en un mundo de competencia abierta basada en el conocimiento. Las empresas no funcionan aisladas de la sociedad que las rodea. De hecho, su habilidad para competir depende considerablemente de las circunstancias de los lugares donde operan.”

Es así como se observa que empresas tienen un gran potencial que muy bien pueden explotar a través de prácticas socialmente responsables y posicionarse en el mercado con diferenciación, ventaja que se traduce en mayores beneficios.

3. UNA MIRADA AL GRUPO RENUTRE

El Grupo RENUTRE se caracteriza por ofrecer negocios versátiles, flexibles adaptables en los aspectos de: Comercialización, asesoría comercial, transporte, sistemas, administración, talento humano y almacén para brindar un amplio servicio con operaciones prudentes, honestas y organizadas. Comprometidos con nuestros clientes y socios comerciales en un entorno laboral estimulante y motivador. Con la visión de consolidar nuestros servicios mediante el crecimiento sostenible en las diferentes áreas de negocio, agregando valor a sus trabajadores, clientes, accionistas y comunidad.

Las empresas que componen el grupo son seis: RENUTRE C.A., PEPITO C.A, CONFYS C.A, INVERSORA SANDI C.A, DCDS C.A y RPC INVERSIONES C.A.

3.1 SU HISTORIA

Con un norte fijo y la voluntad de emprender su negocio. Un vendedor de una reconocida empresa a nivel nacional llamado Leonardo Da Corte comienza a abrirse paso, y en sus palabras a conocer la calle, a relacionarse. Así en 1976 funda la empresa la Orquídea, panadería que dio los frutos necesarios para un principio. En 1978 se constituye en Trujillo-Venezuela de la mano de dos hermanos la empresa REPRESENTACIONES NUTRE, C.A (RENUTRE) de naturaleza mercantil, dedicada a la compra y venta de confite con una participación pequeña en el mercado.

Por la escogencia de diferentes rumbos, el Sr Leonardo se separa de la sociedad logrando instituir la empresa Lácteos San Pedro donde gracias a su experiencia como vendedor posiciona sus productos a nivel nacional. Dicha empresa la vende y nuevamente fija su rumbo al área de confitería y adquiere la totalidad de la empresa RENUTRE a través del préstamo realizado por un amigo, pagaderos en cuatro años. Ya con su manera particular y exitosa de trabajar, se muda a Barquisimeto. Con un local alquilado de 90 Mts cuadrados, tres camiones y tres vendedores incursionan en el mundo de ventas detal y de Mayor de confitería. Al poco tiempo se muda a calle 51 con un local más amplio así va creciendo hasta el año 1990. Es digno de reconocimiento que ese préstamo que era para pagarlo a 4 años, lo canceló en 1 año.

Su capital aumento en 1992 y ello trajo como consecuencia la contratación de más personas, de vehículos y un sede propia. Para el año 1996 debido a las nuevas condiciones que se plantearon en el país con la incorporación de Venezuela en el PACTO ANDINO, se vislumbran oportunidades de crecimiento para la organización. Oportunidades que se llevan a cabo entablando negociaciones con empresas latinoamericanas tales como: Comercializadora Súper de Alimentos, C.A (Colombia), Importadora Ordaz y Ordaz C.A (Ecuador), Corporación Endulsa C.A, (Brasil), Casa Luker comercializadora en Venezuela de productos de Chile. Dicha integración económica entre

los países participantes extrapolan a RENUTRE C.A con mayor posición en el mercado y el volumen de operación creció rápidamente. Es por ello que surge la segunda compañía del grupo llamada PEPITO C.A destinada para la venta de productos de Industrias Alimenticias Noel de Venezuela y productos regionales como galleterías, bocadillos y snack con precios económicos, lo que provocó un impulso significativo en las ventas de alta calidad y buen precio.

En el año 2000 para dar respuesta a las nuevas exigencias la empresa RENUTRE es objeto de cambios en el ámbito administrativo, logístico, comercialización y ventas. Mientras que PEPITO C.A invierte en la construcción de otra sede, aumentando así la capacidad de almacenaje. Tomando en cuenta que estas empresas distribuían al mayor los productos de los socios comerciales, surge la idea de constituir en el año 2002 a CONFYS C.A como empresa de ventas al de tal, con la apertura de una sucursal en el centro y el mercado mayorista en el año 2004. Para el siguiente año, 2005 se adquieren galpones en la zona industrial III administrados por INVERSORA SANDI C.A y se ubican en un solo lugar las tres compañías. Esta forma de trabajar al ofrecer la distribución, fuerza de ventas, transporte, almacenamiento hace necesaria la administración de las finanzas y se crea una compañía que ofrezca servicio administrativo y contable al resto de las empresas llamada RPC INVERSIONES C.A en el año 2007. El volumen de operaciones crece cada vez más y se decide incorporar el área de transporte como estrategia de negocio y a través de alianzas para ampliar los servicios del grupo y socios comerciales dándole vida a la empresa DCDS C.A.

Para el año 2008 surge la necesidad de reestructurar nuevamente las compañías que conforman el grupo y se unifican las operaciones de PEPITO C.A y RENUTRE C.A hacia CONFYS C.A, es decir, se decide el cese de operaciones de las dos primeras y ampliar la última. La finalidad es aprovechar la capacidad instalada de las empresas y diversificar el negocio a través de ofrecer nuevos servicios en materia de operaciones logísticas.

Dichas operaciones incluye el almacenamiento, distribución y administración de los productos de otras compañías y son asumidas por RPC INVERSIONES C.A. Lo que representa un éxito en la diversificación como eje de cambio para explotar capacidades que las empresas tenían y aun no se conocían. En la actualidad CONFYS C.A es líder en el mercado centroccidental, además de ello recientemente cuenta con una nueva sucursal en el centro de la ciudad de Barquisimeto. DCDS C.A por su parte se consolida como empresa de transporte con entrega oportuna de la mercancía.

Al conocer la génesis del grupo se extrae como fortaleza su capacidad de respuesta y el crecimiento a pesar de las diferentes situaciones que se les han presentado generando nuevos empleos y bienestar colectivo, es recomenzar con cada situación y no olvidar el objetivo, ni de dónde venimos. Es saber reconocer que las grandes empresas alguna vez fueron pequeñas y ese es nuestro camino.

4. METODOLOGÍA DE TRABAJO

En esta fase de la investigación se deben establecer las técnicas y procedimientos sistemáticos para la recolección, análisis y presentación de los datos, con el fin de describir los elementos que se llevan a cabo a propósito de la responsabilidad social empresarial. Conforme a la naturaleza y finalidad de la investigación, ésta es de carácter no experimental, ya que no existe manipulación de las variables y su estudio es tal cual se evidencian en la realidad.

Con respecto al tipo de investigación es de campo, ya que el investigador se inmiscuye en la realidad de los acontecimientos, para recabar información sobre si se aplica o no la responsabilidad social en las empresas. Se decide evaluar para este trabajo la perspectiva interna, es decir, medir de forma razonable los elementos de la primera dimensión. Asimismo se clasifica dentro del nivel descriptivo, buscando identificar según los involucrados las variables correspondientes sobre RSE interna y según sus

indicadores proponer lineamientos como ventaja competitiva.

En cuanto a la Población y Muestra: en primer orden la población, está contemplada dentro del grupo RENTRE, en este sentido las empresas involucradas son:

- RPC INVERSIONES C.A: posee un total de 45 empleados, distribuidos en 30 empleados del área administrativa y 15 obreros del almacén.
- DCDS C.A: ofrece 35 puestos de trabajo distribuidos de la siguiente manera, 10 personal administrativo y 25 entre choferes y ayudantes.
- Y por último CONFYS C.A con un contingente conformado por aproximadamente 80 personas de los cuales 15 son vendedores, 10 personal administrativo y entre obreros y cajeras 55 personas
- Total una población de 160 personas aproximadamente.

La Muestra estará conformada de la siguiente manera:

- RPC INVERSIONES C.A: serán el gerente de finanzas, gerente de facturación y compra, gerente de capital humano y director administrativo. A nivel de empleados administrativos será 6 empleados escogidos al azar y por ultimo del área de logística 5 personas.
- DCDS C.A: 3 del personal administrativo y 8 entre choferes y ayudantes, la escogencia será al azar.
- CONFYS C.A: Se tomaran 5 vendedores, 5 personas de área administrativa y 7 vendedores y 10 del área de caja.
- Total de la muestra: 48 personas.

5. TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Las formas de recolectar información se realizó en dos etapas, la primera consistió en la observación

directa para detectar la realidad de los hechos. Dentro de esta etapa se practicaron entrevistas no estructuradas a personas claves conforme al cargo que ocupan en la organización, ello con la finalidad de obtener información relevante sobre los aspectos puntuales. En la segunda etapa se aplicó un instrumento de recolección de información al personal tomando una visión completa sobre los aspectos temas que caracterizan las prácticas de RSE.

6. RESULTADOS

En cuanto a los accionistas:

- Los Directores de las diferentes empresas que conforman el grupo RENTRE tienen la disposición de escuchar las sugerencias y propuestas en la materia de RSE así como también ahondar en el tema.
- La opinión con respecto al rendimiento del negocio es satisfactorio para los dueños, de hecho para ver el desempeño de las operaciones en conjunto se realizan reuniones paulatinamente y se toman decisiones conforme a las situaciones.
- No se evidencian artificios contables y menos evasión de obligaciones tributarias, se corrobora al realizar una simulación sobre fiscalización, el orden de la información a nivel contable y administrativo demuestra la calidad de la gestión.
- Las inversiones de la compañía son transparentes y apegadas a la legalidad.

En los que cuanto a los trabajadores:

- Se evidencia que el ambiente de trabajo es sano, ya que las relaciones entre los empleados son agradables, se demuestra el profesionalismo y se reafirma con el 99% de los encuestados al considerar el lugar de trabajo bueno y agradable.
- Estiman que el salario promedio esta superior al mínimo establecido en ley, sin embargo las

políticas de salarios no son iguales en las empresas del grupo, así mismo, aun no se posee un tabulador. Conforme los gerentes consideran es lo justo, y lo respalda un 60% que opina está bien ya que recientemente se implanto un bono de efectividad en una de las empresas para crear la paridad. Consideran que según la ley las compañías otorgan beneficios por encima tales como: bono y HCM. Un 28% está inconforme por las responsabilidades del cargo, y por ello deben ganar un poco más y un 12% no contesto.

- El 66% de los empleados está conforme con el horario de trabajo, el resto opina que deberían de laborar hasta los viernes ya que requieren el mismo para realizar diligencias.
- Las actividades de recreación se realizan esporádicamente y muy diferentes entre compañías, sin embargo se evidencia en la actualidad cambios significativos en el área para impulsar la motivación. Recomiendan actividades deportivas e igualdad en las actividades.
- Una de las fortalezas es el constante entrenamiento del personal a través del aporte LOCTI que efectúa de la empresa CONFYS C.A, ya que las oportunidades para la capacitación involucra a los empleados de todas las empresas, asimismo se realiza en función de las necesidades del cargo. Es valorada con un 83% del personal que opina permite el desarrollo profesional.
- Aunque se respetan los Derechos Humanos, y no existe violación del mismo por discriminación, un 59 % del personal expresa que no existe igualdad y ello es evidente conforme a los beneficios y/o actividades de una compañía con respecto a otra.
- La oportunidad de trabajo para hombres y mujeres es pareja entre las compañías excepto por DCDS c.a donde no se contempla el empleo de mujeres para las labores de transporte Con la edad no existe discriminación, desde personas

muy jóvenes trabajan hasta personas sexagenarias con más de 20 años de labores en las empresas. Cabe destacar que no se observo personal con discapacidad, sin embargo, ya está tomando en consideración el empleo de personas con esta situación. También se cuenta con un personal exclusivo para la salud y seguridad laboral.

- Entre las cosas que más le agradan al personal, es la comprensión por parte de jefes y compañeros respecto a situaciones que se puedan presentar dentro y fuera del trabajo. Aseguran que cuentan con el apoyo de los directivos, así como el trato que ellos les dan.

En cuanto al Medio Ambiente:

Un punto que se considera eje transversal entre los elementos de RSE interna y la externa es la preservación del medio ambiente. Es así como el grupo está comprometido con esta tarea y entre las acciones que se llevan a cabo están las siguientes:

- Ahorro energético a través de la utilización de luz solar en los galpones. Anteriormente los cuatro galpones no tenían acceso a la luz solar, hace aproximadamente tres meses se sustituyo algunas láminas del techo por unas de material transparente, ello permitió mayor iluminación en todos los espacios, el impacto es significativo ya que el uso de energía en estas áreas se redujo significativamente.
- Desde hace sólo un mes, se instauró la política de utilización de material reciclado en cuanto al papel carta, ello significa un cambio de paradigma que hasta hace nada era iniciativa de pocos empleados y ahora es la oportunidad de que todos reutilicemos.
- Se tiene previsto que la desincorporación de equipos informáticos sean objeto de donaciones para su reutilización, se lograra así dar utilidad a bienes en otros ámbitos y no permitir su

desecho, cuestión que repercute en el ambiente a través de la disminuir la contaminación.

- Se implanto una campaña de ponte verde, y a través de la compra de unos vasos al personal de las compañías, se explico vía correo que la iniciativa era para preservar el ambiente y por ello se dejarían de consumir vasos plásticos que son desechados.

7. LINEAMIENTOS ESTRATEGICOS PARA IMPULSAR LA RSE COMO VENTAJA COMPETITIVA

En palabras de Francés *“Sería ilusorio pensar que las empresas, por si solas, están en capacidad de realizar la titánica tarea de saldar una deuda social”* el concepto errado de que las empresas deben solventar los problemas sociales desvía la finalidad de la RSE. Desde un punto clave se trata de contribuir y por ello *“son cada vez más las empresas latinoamericanas que, al emprender una iniciativa social de carácter estratégico, han logrado producir cambios de gran impacto en beneficio de la sociedad, lo que contribuye al éxito del negocio”*

Es así como tomando en consideración la importancia para el negocio y la sociedad, el hecho de contribuir en una relación ganar-ganar desde el punto de vista interno y externo. Se plantea para el grupo de empresas RENTRE lineamientos sobre RSE para ser aprovechada como ventaja competitiva, tomando en consideración las acciones que ya el grupo realiza de manera cotidiana y donde se debe tomar en cuenta la:

Definición del objetivo sobre iniciativa social: es la identificación de las necesidades a nivel interno y externo, jerarquización las necesidades, el análisis de la viabilidad en cuanto al impacto y sostenibilidad. Así como el entorno interno que implique la motivación de los actores para identificar las competencias a favor de la causa social. Por último definir el alcance, impacto social esperado y retorno para la empresa.

Motivar a los gerentes y empleados: se crea los espacios para una relación más estrecha que involucra la acción social con el trabajo, es decir, ese vínculo da valor agregado a la organización. Además de permitir la concientización de los aspectos social con respecto a su propia experiencia de vida.

Ampliar el Mercado y acercarse al consumidor: con una visión a futuro las iniciativas de corte social pueden aumentar las oportunidades de crecimiento en el mercado. Al dedicarse a un segmento se pueden atacar las necesidades más puntuales y urgentes. Caso específico la empresa confys aperturó hace menos de un mes una sucursal destinada solamente a la atención de Charleros (vendedores ambulantes). Esto puede significar la oportunidad de atender las demandas de estos clientes conforme a sus características muy particulares brindando, por ejemplo una asesoría en el orden económico por parte de la empresa a los charleros. Es pues un vehículo para ganar la preferencia de los consumidores de menos recursos económicos.

Fortalecer la imagen: Es consecuencia directa de la anterior, si se difunden las iniciativas sociales, la preferencia de los consumidores cala con diferenciación. Ejemplo: conocer que con tu aporte colaboras a una causa social, ello puede aumentar posiblemente las ventas.

Comunicación: El qué comunicar y cómo hacerlo es clave para el éxito o fracaso de las acciones sociales para que estos no sean objeto de interpretación errada por parte de los consumidores, es por ello que se debe tomar en cuenta: El compromiso de la empresa social, el profesionalismo con el que ha sido emprendida de iniciativa social, el orgullo de haberla emprendido, el ejemplo que da a otras empresas.

Lograr que estos aspectos se consideren en la gestión de un negocio, requiere de la elaboración de objetivos, fines y acciones encaminadas a logra por un lado un objetivo económico y por el otro el objetivo social. Es así como se presentan algunas estrategias

sobre RSE tomando en cuenta el objetivo y posible logro.

**TABLA N° 01.
PROPUESTA DE LINIAMIENTOS PARA IMPULSAR LA RSE EN RENUTRE**

FACTORES/ ESTRATEGIAS	OBJETIVO	LOGROS SOBRE RSE
Desarrollo de proveedores con productos tradicionales	Integración comercial entre los productores de dulces artesanales	Oportunidades de crecimiento económico para los pequeños productores y diversificación de los productos en el negocio.
Asesoría sobre aspectos de organización y finanzas a los consumidores.	Organizar y formalizar su actividad	Brindar apoyo a nuestros compradores para su desarrollo económico lo que se traducirá en mayor capacidad de compra y la preferencia.
Profundización en cuanto a los donativos otorgados a diferentes instituciones.	Medir el impacto de esta actividad y ampliar el campo de acción.	Conocer las acciones que realiza la compañía hacia fuera, así promover mejores y mayores formas de contribuir.
Incorporación de femeninas en el transporte de carga	Brindar oportunidad de género a actividades no tradicionales para mujeres.	Empleo y capacitación en el área mecánica a mujeres, así como también optimizar el servicio de carga tomando en cuenta las virtudes de las damas.
Motivación y recreación para los empleados	Integrar los empleados de las diferentes compañías	Identificación del personal con la organización
Difusión y socialización de las acciones sobre el cuidado del ambiente.	Informar a los miembros de la organización sobre las acciones que se realizan a propósito del cuidado del ambiente.	Obtener el apoyo y la concientización de los miembros sobre el cuidado del ambiente.

Fuente: Elaboración propia

8. CONCLUSIONES

- Para el grupo RENUTRE la responsabilidad social interna implica las actividades que lleva a cabo la organización para cumplir con sus objetivos, cumpliendo para ello con la legalidad, condiciones laborales, rendimiento a los accionistas, preservación del medio ambiente.

Lo que se traduce en bienestar colectivo y la atención paulatina al llamado urgente de coadyuvar a la solución de las problemáticas sociales.

- En este sentido se observa que los elementos analizados se han venido ejecutando de manera general como actividades propias de la gerencia.

- Tales prácticas parecieran señalar solo a las grandes compañías como únicas en la materia, sin embargo existen organizaciones de menor tamaño que en sus operaciones realizan actividades de RSE en el ámbito interno y externo.
- Se aprecia que este tema aun no se ha internalizado en general, por considerarlo actividades cotidianas y no estrategias de sostenibilidad y competitividad sana empresarial.

9. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta, Ramón. (2002). **Inserción del Eje Transversal Responsabilidad Social en los Planes de Estudio de la Universidad Metropolitana**. Revista anuales [Revista en línea], 2. Disponible: <http://ares.unimet.edu.ve/humanidades/fbhu02/racos ta/Temas/RESPONSABILIDAD%20SOCIAL.pdf>

[Consulta: 2010, Mayo 27]

Rosignoli, Janye (2008). **Responsabilidad social Corporativa, redes y comunidades virtuales: una propuesta teórica de implementación**. Trabajo presentado en las 7mas jornadas de Investigación 2008 DAC-UCLA “abriendo espacios a la LOCTI y la Responsabilidad Social”, Barquisimeto.

Guerra, Alexis. (2007). **De la Responsabilidad Social Empresarial, a la ética en el cambio organizacional**. Compendium, número 18. Universidad Centrocidental Lisandro Alvarado, Decanato de Administración y Contaduría.

Añez, Silenis. Hernández, René. Silvestre, Karin. Gómez Orlando y otros (2008). **Elementos que conforman la Responsabilidad Social Corporativa**. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.redeconomia.org.ve/documentos/desager en/rscorpo.pdf> [consulta: 2010, Mayo 26]

Flores, Juliano. Ogliastrí, Enrique. Vara-Peinado, Estrella y Pretry Imre. y otros (2007). **El argumento**

empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. [Libro en línea]. Banco Interamericano de Desarrollo: Editorial incae. Disponible: www.iadb.org.

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

Vega Yeliza, Caldera Jorge, Sánchez Yvonne y Hernández Beyla (2008) **Diseño de Lineamientos estratégicos para impulsar la responsabilidad social empresarial como ventaja competitiva en la empresa Multi Fruit, c.a**. Trabajo presentado en las 7mas jornadas de Investigación 2008 DAC-UCLA “abriendo espacios a la LOCTI y la Responsabilidad Social”, Barquisimeto.