

Dimensiones de responsabilidad social en instituciones de salud y microempresas del entorno social.

RECEPTOR DEL NÚCLEO LIRIA DE LA UNIVERSIDAD DE LOS ANDES, MÉRIDA-VENEZUELA

María Virginia Baptista Araujo¹, Gladys Margarita Cáceres Fernández², María Virginia Camacaro Pérez³, César Mora Contreras⁴ y Rita Elena Coello Contreras⁵

Autor para correspondencia: César Mora, Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. e-mail: moracesar@gmail.com

^{1, 2, 3, 4, 5} Universidad de los Andes, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Mérida-Venezuela

Manuscrito recibido el 28 de marzo de 2016

Aprobado tras revisión el 8 de junio de 2017

RESUMEN

Actualmente, la Responsabilidad Social representa un compromiso institucional, destacando valores sociales, organizacionales y personales. La investigación presentada muestra los resultados de la primera fase del macro proyecto Diseño de un Plan Estratégico de Responsabilidad Social para la Convivencia Ciudadana en Espacios del Núcleo Liria de la Universidad de los Andes y su Entorno Social Receptor; centrada en el conocimiento y aplicación de herramientas inherentes a cinco dimensiones de la responsabilidad social, en 38 instituciones de salud y microempresas cercanas al Núcleo La Liria (04 centros de salud y 34 microempresas). Para recolectar la información se toma como base el Manual de Autoevaluación de Responsabilidad Social Deres (2008), midiendo el desempeño de: condiciones de ambiente de trabajo, marketing responsable, protección al medio ambiente, apoyo a la comunidad, valores y principios éticos. Entre las conclusiones, resalta el poco conocimiento y aplicación de las herramientas estudiadas, resultando como dimensión más relevante las condiciones y medio ambiente de trabajo.

Palabras claves: Dimensiones, Responsabilidad Social, Plan Estratégico, Medioambiente

ABSTRACT

Currently, Social Responsibility represents an institutional commitment, emphasizing social, organizational and personal values. The present research shows the results of the first phase of the macro project named *Design a Strategic Plan for Social Responsibility for Citizen Coexistence in Spaces of Nucleus La Liria of the University of los Andes and its Social Environment Recipient*, focused on the knowledge and application of tools inherent to five dimensions of social responsibility, in 38 health institutions and microenterprises near Nucleus La Liria (04 health centers and 34 microenterprises). To collect the information, the Self-Assessment Manual of Social Responsibility Deres (2008) is based on measuring the performance of work environment conditions, responsible marketing, environmental protection, community support, values and ethical principles. Among the conclusions, it highlights the little knowledge and application of the tools studied, thus resulting as a more relevant dimension, work conditions and environment.

Key words: dimensions, social responsibility, strategic plan, environment.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la Responsabilidad Social se ha convertido en un concepto que implica un alto compromiso institucional, buscando fundamentalmente encaminar las acciones y estrategias de las organizaciones dentro de unos cánones que favorecen la proliferación de valores sociales, organizacionales y personales. Según se establece en el documento que rige la ISO 26000, las organizaciones deben adoptar un comportamiento ético y transparente en lo que respecta a las decisiones y actividades inherentes a las mismas, en especial, en aquellas que ocasionan impacto directo o indirecto a la sociedad y al medio ambiente, en tal sentido deben:

1. Contribuir al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;
2. Tomar en consideración las expectativas de sus partes interesadas, que cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento, e
3. Integrar a toda la Organización, llevando a la práctica su responsabilidad con el entorno.

El Libro Verde de la Comisión de las Naciones Europeas (2001) establece que la Responsabilidad Social Empresarial a la que de ahora en adelante denominaremos RSE está integrada por dos macro dimensiones: interna, constituida por prácticas responsables relacionadas con los trabajadores y respeto del medio ambiente reflejadas en la gestión de recursos naturales utilizados en la producción; y externa integrada por prácticas socialmente responsables dirigidas a las comunidades y grupos de interés; acoge también los derechos humanos, problemas ecológicos y desarrollo sostenible.

Por otra parte, en el Manual de autoevaluación de Responsabilidad Social para empresas desarrollado por Deres (2008), se mencionan cinco (5) dimensiones principales para la Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo, Valores y Principios Éticos, Protección al Medio Ambiente, Marketing Responsable y Apoyo a la Comunidad.

La investigación que se presenta está enmarcada en el macro proyecto denominado **Diseño de un Plan Estratégico de Responsabilidad Social para la Convivencia Ciudadana en los Espacios de la Liria y su Entorno Social Receptor**, constituido por cuatro fases, y que forma parte a su vez del conjunto de proyectos enmarcados en el programa Faces Consciente, desarrollado en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (Faces) de la Universidad de los Andes (ULA) en la ciudad de Mérida- Venezuela, en este caso, en alianza con el departamento de servicio comunitario.

En la investigación se planteó como objetivo general analizar el conocimiento y aplicación de las herramientas inherentes a las cinco dimensiones de la responsabilidad social en las instituciones de salud y microempresas ubicadas en el sector social receptor del Núcleo Liria de la ULA. Es importante resaltar que este estudio representa una primera fase para el proyecto, donde se inició el diagnóstico del desempeño de las empresas en el ámbito de la RSE, para luego desarrollar el plan estratégico que permitirá mejorar la orientación estratégica y operativa de las organizaciones con base en las debilidades y fortalezas encontradas. El estudio se considera

de gran interés para la comunidad, debido a que si bien existen numerosas investigaciones que determinan los elementos teóricos fundamentales de la RSE, la aplicación de dichos aspectos en la sociedad no es la misma en cada territorio. Por ello, la metodología aplicada sirve de referencia para otros contextos que deseen evaluar su desempeño en esta importante temática como fundamento para futuras actividades de planificación.

Para desarrollar la primera fase, se consideraron las dimensiones mencionadas anteriormente, así como la importancia que estas tienen en la orientación social y ambiental de las empresas en la actualidad. De esta forma, se pretende evaluar el conocimiento y la aplicación de las herramientas de la RSE en sus cinco dimensiones (según el manual de Deres citado previamente) en un contexto geográfico específico (entorno social receptor del Núcleo la Liria de la ULA Mérida-Venezuela).

La selección del ámbito de estudio se debe a la importancia que esta zona geográfica tiene para los estudiantes de la Faces-ULA (protagonistas de los proyectos del servicio comunitario)¹ así como la heterogeneidad de empresas que hacen vida en el sector, observándose organizaciones de carácter público, privado, pequeñas y medianas, que atienden diversos sectores económicos y segmentos distintos de mercado.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se realizó una investigación de campo de tipo mixto (cualitativo y cuantitativo) con un diseño exploratorio descriptivo, cuyo objetivo fundamental fue analizar el conocimiento y aplicación de las herramientas inherentes a las cinco dimensiones de la RSE en las instituciones de salud y microempresas ubicadas en el sector social receptor del Núcleo Liria de la ULA. La población estuvo integrada por 50 organizaciones divididas en 45 microempresas (Sector servicio y comercial) y 5 instituciones prestadoras del servicio de salud, ubicadas en la zona objeto de estudio. El interés del grupo de investigadores era aplicar el instrumento a la totalidad de las empresas que forman parte de la población; sin embargo, 12 de ellas no presentaron disposición a participar en la realización del instrumento. Por lo anterior, se logró aplicar el cuestionario a una muestra censal de 38 organizaciones, distribuidas en 4 centros de salud y 34 microempresas, ubicados en el Entorno Social Receptor del Núcleo Liria de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de los Andes Mérida- Venezuela.

El estudio fue llevado a cabo de forma conjunta entre los profesores de la escuela de Administración y Economía y los estudiantes de servicio comunitario de la Faces-ULA. El mismo estuvo conformado por dos fases. En la primera fase se realizó un análisis de percepción, donde los estudiantes efectuaron un mapeo a través de la observación directa de la zona objeto de estudio en el cual se formularon preguntas tales como: ¿Cómo se llega al lugar? ¿Por dónde se accede? Sensación producida por el recorrido, ¿El lugar define una relación con su entorno cercano o se cierra sobre sí mismo? ¿Por qué? ¿Cómo se le da lectura a esta situación?, ¿Quiénes son los actores del lugar? ¿Cómo interactúan? ¿Qué mecanismos de comunicación prevalecen?, entre otras. Dichas preguntas permitieron tener un primer diagnóstico sobre la situación actual del sector social receptor del Núcleo Liria.

La segunda fase consistió en la aplicación de un instrumento de recolección de información denominado Manual de Autoevaluación de Responsabilidad Social Deres (2008), de donde fueron revisados y aplicados una serie de indicadores asociados a las 5 dimensiones de la RSE,

1. Dávila Stefani, Hernández Jhancy, Parra Yorleny, Quintero Ricardo, Rojas Manuel.

con los cuales se mide el grado de desarrollo de la organización en esta temática: condiciones de ambiente de trabajo y empleo, marketing responsable, protección al medio ambiente, apoyo a la comunidad, así como valores y principios éticos.

RESULTADOS

En la presente investigación se indagó sobre la aplicabilidad de las cinco dimensiones de la responsabilidad social en el sector social receptor del Núcleo Liria. Se utilizó una escala de evaluación del 1 al 3 para cada ítem, donde 1 indica el no cumplimiento de la norma o iniciativa de responsabilidad social, 2 refleja que se cumple “a veces” y 3 indica el cumplimiento permanente de la norma o iniciativa. Los resultados para cada ítem y dimensión fueron promediados para ser graficados posteriormente. A continuación se presenta el análisis de cada una de estas dimensiones:

Condiciones y medio ambiente de trabajo

Tal y como lo establece Capón (1999), se denomina condiciones y medio ambiente de trabajo a todos los elementos reales que inciden directa o indirectamente en la salud de los trabajadores; constituyen un conjunto que obra en la realidad concreta de la situación laboral. Venezuela, desde el año 2005, según la Gaceta Oficial N° 38.236, cuenta con la Ley Orgánica de Prevención Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT), la cual se encarga de regular las condiciones y medio ambiente en el cual se desenvuelven los trabajadores. La investigación subdividió la dimensión en 12 variables tal y como se muestra en la tabla 1. Esto con la finalidad de analizar a profundidad cómo están actuando las organizaciones, en pro de garantizarles condiciones óptimas y ambientes adecuados a los trabajadores.

Accidentes de trabajo y enfermedades profesionales	Condiciones ambientales	Inversiones en prevención de salud y seguridad	Participación de fuerza de trabajo por géneros
Rotación y retención de los empleados	Plan de retiro	Despidos	Estructura de las retribuciones
Percepción y evaluación interna	El trabajador y su familia	Libertad de sindicalización	Capacitación del personal y desarrollo profesional

Tabla 1:
Variables para medir las condiciones y Ambiente de Trabajo

Una vez definidas cada una de las variables presentadas en la figura 1, fueron sometidas a la consideración de los entrevistados para indagar sobre aspectos como: la presencia de programas de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, niveles de preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados, importancia otorgada a la oferta de programas de capacitación anual, oportunidades para los discapacitados, desarrollo de actividades sociales en las cuales participen los trabajadores y sus familias, aplicación de evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores, entre otras. Los resultados arrojados se muestran en la figura 1:

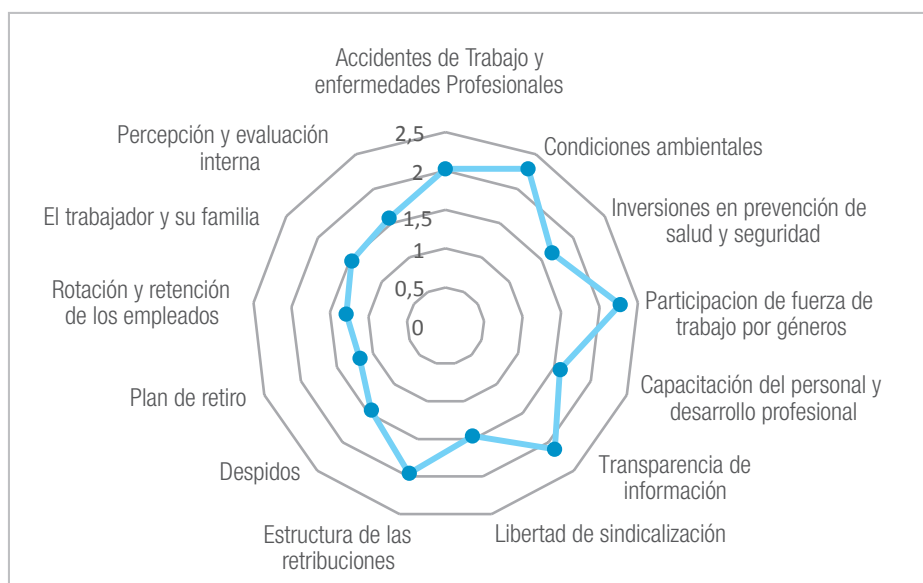


Figura 1:
Condiciones y
Ambientes de Trabajo

Tal y como se muestra en la figura que precede, la variable que más toma en consideración la gerencia en el ámbito de las condiciones y ambiente de trabajo es el brindar condiciones ambientales adecuadas a los trabajadores, entendiéndose estos como espacios de trabajo confortables, ambientes óptimos y con todas las medidas de seguridad laboral. En contraste con lo anteriormente planteado, las empresas expresan la poca importancia que le dan a los procesos de capacitación, sindicalización y los planes de retiro de los trabajadores, mencionando que se rigen básicamente por lo establecido en la normativa laboral venezolana.

Un aspecto relevante que arrojó la investigación, está referido a la inclusión de los discapacitados al ambiente laboral, mostrando la investigación que sólo el 0,13% le brinda oportunidades de empleo a los mismos. Contrario a esto, la investigación también mostró que la variable que presenta más peso, con casi un 79% de aceptación, fue que las organizaciones le dan en su mayoría empleo a la fuerza joven, considerándolos fuente de emprendimiento.

Valores y principios éticos

Sherman y Bohlander (1994) expresan que los valores son un concepto básico, referido a las creencias que definen el éxito en términos concretos para los empleados de una organización, los cuales se transforman en la filosofía de vida y profesional del ser humano, mientras que los principios éticos son modelos de conducta sobre cómo debemos relacionarnos en las organizaciones. La RSE busca el fortalecimiento de los valores y principios éticos como eje transversal de las organizaciones, refiriéndose a estos como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales.

Tal y como se muestra en la figura 2, se tomaron en consideración procedimientos y desarrollo social de los trabajadores para medir la dimensión de valores, incluyendo variables tales como la misión y visión, códigos, indagando sobre: conocimiento de trabajadores acerca de la razón de ser de la organización, inclusión de la responsabilidad social empresarial en la misión y visión, códigos de ética, políticas, normas y el desarrollo social de los trabajadores. A continuación se presentan los resultados:

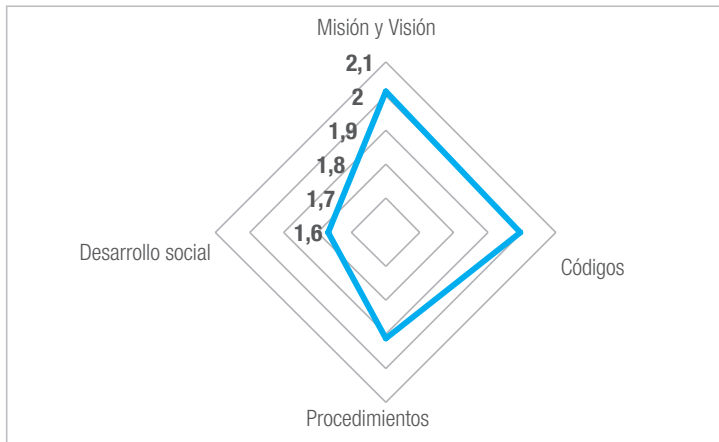


Figura 2
 Valores y Principios
 Éticos

La figura 2 refleja que los trabajadores de las organizaciones consultadas, manejan de forma clara la misión y visión organizacional. Sin embargo, no le dan mayor importancia al desarrollo social de los trabajadores, desestimando la legislación vigente en cuanto al crecimiento personal y la responsabilidad social de estas hacia su sector social receptor.

Marketing responsable

El marketing responsable es entendido como una filosofía de negocios en la que las decisiones de las organizaciones inherentes a la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la comunicación y cualquier actividad de carácter estratégico u operativo, son evaluadas en función al impacto que generan en su entorno, de forma que este sea positivo y favorezca el desarrollo no solo de sí, sino del ambiente donde esta se desenvuelve.

Al respecto, Kerin, Hartley y Rudelius (2014) afirman que las empresas que realizan actividades socialmente responsables “obtienen recompensas de sus esfuerzos. Las investigaciones indican que esas empresas: 1) se benefician de la publicidad verbal favorable entre los consumidores y 2) generalmente superan a compañías con actitud menos responsable, en cuanto a resultados financieros” (pp.104)

En el documento de Responsabilidad Social generado por Deres, se plantean varios factores a ser evaluados en esta dimensión, entre los que están la consideración de la opinión del cliente, los procesos de reclamación, las relaciones con los proveedores, la investigación y desarrollo así como el marketing y la comunicación, cuyos resultados se muestran en la figura 3:



Figura 3:
 Marketing
 Responsable

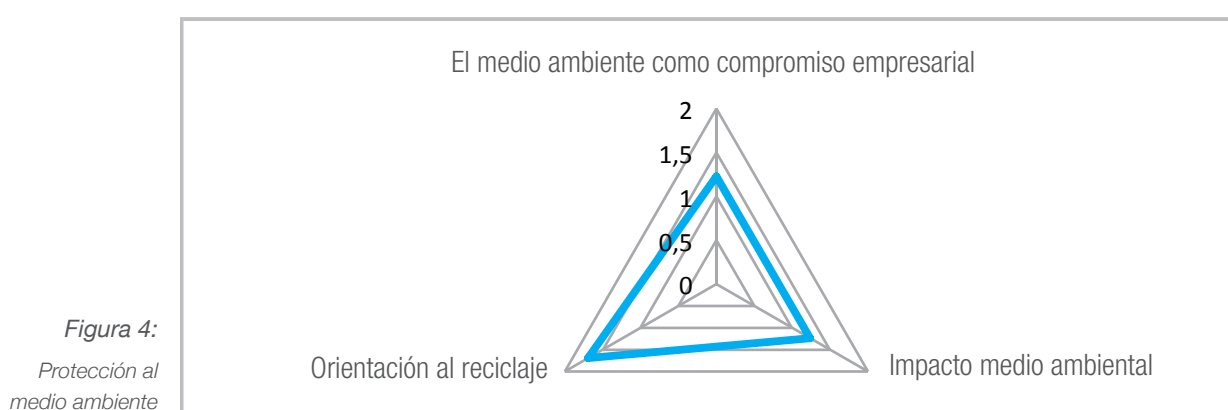
Como puede notarse, las organizaciones estudiadas expresaron que generalmente consideran las opiniones de los clientes, especialmente cuando se trata de los productos y servicios; de igual forma toman en cuenta la retroalimentación que los trabajadores de la empresa les dan con relación a la opinión de los clientes, esto como consecuencia de la interacción que estos tienen en su actividad diaria. Sin embargo, pocas manifestaron tener un departamento o persona encargada de la atención al cliente, lo que demuestra que aún existen elementos por reforzar, que sirven de indicador para valorar la importancia que las organizaciones le dan a la opinión y satisfacción del cliente.

Protección al Medio Ambiente

La dimensión de protección al medio ambiente ha sido definida en el Manual de Responsabilidad Social del Deres (2008), como el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos, la capacitación y concientización de su personal.

El Libro Verde, en su Comisión de las Naciones Europeas, establece entre las dimensiones de la RSE la gestión del impacto ambiental y los recursos naturales, definiéndola como el conjunto de prácticas respetuosas del medio ambiente, específicamente en lo relacionado con los recursos naturales utilizados en la producción, implicando reducción del consumo de recursos, producción de desechos, emisión de agentes contaminantes y análisis de las repercusiones del producto durante su ciclo de vida y el desarrollo de la cadena de valor.

Con base en lo anterior, en la presente investigación se consultaron diversos aspectos relativos a la forma como las organizaciones objeto de estudio, incorporaban acciones de protección al medio ambiente dentro de su filosofía de negocios. Los resultados arrojados se presentan en la figura 4.



En la figura que precede se evidencia la baja preocupación por los factores medioambientales de las empresas estudiadas, manifestando un desempeño por debajo de los niveles medios de la escala considerada. Las empresas expresaron tener una mayor preocupación y rango de acción en lo que respecta a las actividades de reciclaje, tanto de los bienes que usan para embalar y transportar como de los desechos que generan. Sin embargo, estas se encuentran

en una muy baja posición de desempeño en los factores relativos a la disposición de procesos para promover el cuidado del medio ambiente, la consideración de aspectos ambientales al seleccionar proveedores, política de ahorro de combustible y generación de gases tóxicos al ambiente. Adicionalmente, manifiestan pocas actividades que promuevan el control del impacto ambiental que generan así como baja preocupación por la interacción con los clientes y su respectiva capacitación en este ámbito.

Apoyo a la comunidad

En cuanto al apoyo a la comunidad, el Manual de Responsabilidad Social del Deres (2008) lo define como un amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidos hacia las comunidades en las cuales opera. Se incluye, por lo tanto, el apoyo al espíritu emprendedor apuntando al progreso, la armonía y el bienestar social.

En este sentido, se consultó a las empresas sobre la definición o no de políticas concretas de apoyo comunitario, asignación de recursos y actividades de voluntariado y participación. Los resultados obtenidos se presentan en la figura 5:

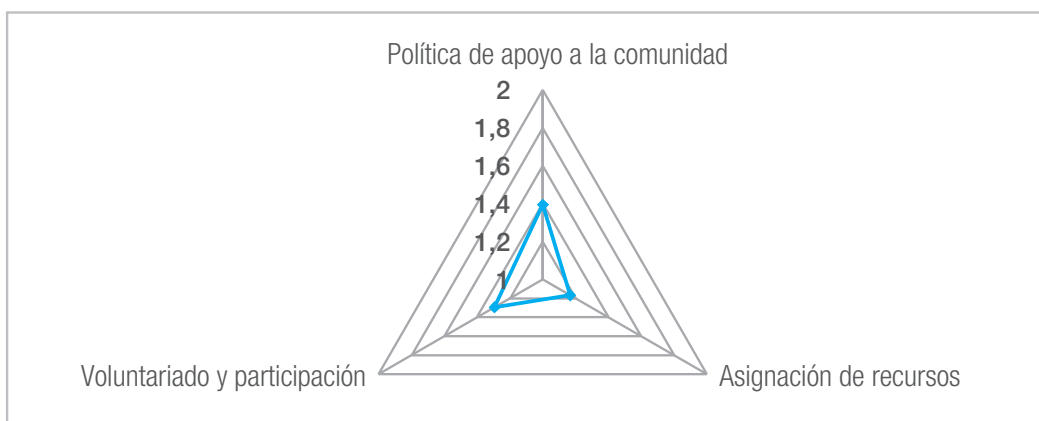


Figura 5:
Apoyo a la
Comunidad

Como se puede evidenciar en la figura, las organizaciones estudiadas se encuentran por debajo de la media en cuanto a la definición de políticas concretas de apoyo a la comunidad, la asignación de recursos para actividades de apoyo comunitario es débil y no muestran un claro desarrollo en iniciativas de voluntariado y participación de sus directivos, trabajadores e incluso proveedores con respecto a las comunidades que se encuentran en su entorno. La existencia de programas de voluntariado, basados en políticas claras de apoyo comunitario y reflejados en la planificación formal de actividades de las organizaciones, no parece ser una prioridad; sin embargo, hay una tendencia moderada hacia la participación de los directivos y trabajadores en iniciativas de esta naturaleza, con una apertura hacia la incorporación de jóvenes profesionales y personas con diversidad de competencias a las actividades de estas organizaciones.

En cuanto a los resultados de cada dimensión de la RSE, se midió el comportamiento independiente de todas las variables en lo que respecta a su aplicación en las organizaciones del sector objeto de estudio. Sin embargo, se muestra a continuación una figura que refleja las cinco dimensiones en forma conjunta:

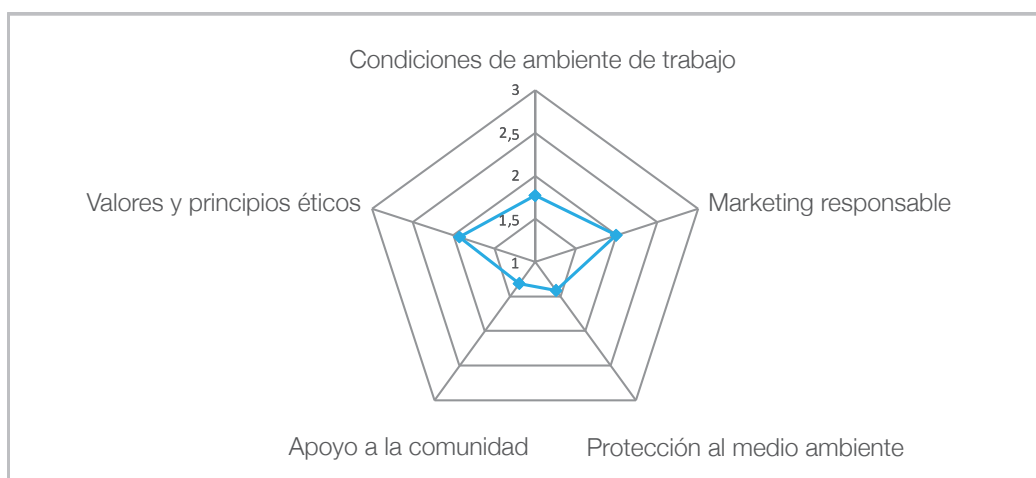


Figura 6:
Dimensiones de la RSE

Finalmente, la figura 6 evidencia que las dimensiones de RSE más consideradas por las organizaciones en el sector objeto de estudio, son las de marketing responsable y valores y principios éticos. De igual forma, tuvo gran peso en este resultado la relevancia que le dan al cumplimiento de la normativa en cuanto a condiciones y medio ambiente de trabajo y su impacto en el crecimiento del negocio. En contraste con lo previo, la dimensión de RSE percibida con menor importancia por las organizaciones, fue el apoyo a la comunidad, debido a que las empresas no desarrollan políticas claras para establecer vínculos directos con las comunidades. También se observa el poco interés de estas en la protección del medio ambiente y la generación de calidad de vida del sector social receptor.

CONSIDERACIONES FINALES

En el análisis realizado a las cinco dimensiones de la RSE en el sector social receptor de la Liria FACES-ULA, se constató que la orientación hacia lo socialmente responsable no tiene aún acogida como concepto de relevancia dentro del pensamiento gerencial de los representantes de las microempresas de la zona estudiada. Son pocos los aspectos que pueden ser resaltados como un comportamiento socialmente responsable observándose que existe muy poco conocimiento en torno a la Responsabilidad Social Empresarial, mucho menos en relación a las herramientas dentro de ella que pueden ser utilizadas.

Las empresas se limitan al cumplimiento de lo que establece el sistema jurídico venezolano en cuanto a los temas laborales en la aplicación de la Ley Orgánica del Trabajo (LOT), Ley Orgánica de Prevención Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT), incluso en algunos casos ni siquiera observan las normativas, con lo cual se percibe que las pocas actuaciones que se realizan en la materia, se hacen porque lo establece una norma o una ley en particular. Sin embargo, existen algunas microempresas del sector objeto a estudio que comienzan a generar algunas iniciativas en torno al manejo de residuos, actividades que buscan integrar a la empresa con la comunidad o hacia algunos sectores o grupos de personas que requieren ayuda especial.

En tal sentido, se puede promover la Responsabilidad Social en las microempresas, con impacto no sólo del sector estudiado, sino en la ciudad en general. Se considera que desde la Universidad de los Andes (ULA), específicamente desde la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES), como ente promotor de este análisis exploratorio, se podrán desarrollar algunas iniciativas que permitirían dar continuidad a este proyecto, tales como:

1. Diseñar estrategias que impacten de forma directa en el entorno social receptor del Núcleo Liria con relación a la promoción de los valores de la responsabilidad social y sustentabilidad, tales como:
 - a) Condiciones y medio ambiente: impartir por medio de la asignatura Gestión del Capital Humano dictada por Faces-ULA talleres de formación en temas como accidentes laborales, enfermedades ocupacionales, riesgos, prevención de accidentes, normas de seguridad y salud laboral, condiciones laborales óptimas, ergonomía, señalética, Sistema de Gestión de Calidad y Medioambiente, según las normas ISO 9001 e ISO 14001, Sistema OHSAS 18001 de Gestión de la Salud y Seguridad Laboral, a las microempresas de la ciudad de Mérida.
 - b) Protección al medio ambiente: realizar campañas de concientización ambiental, incluir en el proyecto de siembra de árboles de Faces-Consciente a la microempresas del sector social receptor de la Liria.
 - c) Apoyo a la comunidad: incorporar a los estudiantes del servicio comunitario a las actividades llevadas a cabo por los consejos comunales del sector social receptor de la Liria, con proyectos que desarrollen la Responsabilidad Social.
 - d) Valores y principios éticos: organizar charlas y foros sobre la Ley contra la Discriminación, Manejo de Desechos Sólidos, Convivencia Ciudadana, Ley contra el Maltrato Animal. Elaborar por medio de los estudiantes de servicio comunitario normas y políticas de comportamiento ético que guíen a la organización en el cumplimiento de sus objetivos.
 - e) Marketing responsable: fomentar la aplicación de políticas centradas en la atención activa hacia los clientes y la comunidad. Por un lado, educando a través del servicio comunitario acerca de los beneficios de la orientación hacia el cliente, y por otro, activando proyectos de trabajo en clases que sean aplicados directamente en estas microempresas.
2. Desarrollar proyectos de servicio comunitarios en Faces- ULA orientados a la RSE.
3. Dar a conocer a los diferentes actores internos de la Faces y a las propias empresas que participaron en la investigación los resultados de la misma, constituyéndose como una práctica permanente de autoevaluación y posteriormente establecer un seguimiento junto a dichas empresas para la consolidación de los valores por los que se abogan desde la responsabilidad social.

Finalmente, cabe mencionar la importancia que tiene la universidad venezolana en la incorporación de prácticas socialmente responsables en las empresas nacionales, a través de la divulgación y formación del sector empresarial con la finalidad de incentivar la gerencia ética, sostenible y de carácter voluntario, con el fin de gestionar su impacto en el ámbito social, ambiental y económico, obteniendo beneficios para la sociedad, a través de la concientización de:

- Una práctica socialmente responsable.
- Iniciativas voluntarias que van más allá de lo exigido por la legislación y por las obligaciones contractuales adquiridas.

- Su integración en la gestión y estrategia empresarial, pues la RSE no debe ser una práctica aislada y sin objetivos.
- Incluir en las prácticas de RSE a los diversos grupos de interés para lograr eficiencia y empoderamiento.
- Elaborar planes estratégicos que incluyan la RSE.
- Elaborar indicadores que permitan medir el impacto de la RSE de la empresa a nivel social, económico y ambiental.
- Crear una conciencia real de RSE en los trabajadores.

BIBLIOGRAFÍA

Capón, R. (1999). *Derecho del Trabajo*. Argentina: Librería Editora Platense.

UNESCO. (2001). *Cátedra UNESCO*. Recuperado de <http://www.catedraui.iteso.mx/catedra/p231.html>

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial N° 5.453 Extraordinario, 24 de marzo de 2.000.

Deres (2008). *Manual de Autoevaluación de Responsabilidad Social*. Recuperado de http://www.deres.org.uy/descargas_pdf/Manual_del_Facilitador.pdf

Filas, R. (1999). *Derecho del Trabajo*. Argentina: Librería Editora Platense.

Garza, J., & Patiño, S. (2007). *Educación en Valores*. México: Editorial Trillas. Recuperado de <http://conviveencomunidad.blogspot.com/2013/05/que-es-convivencia-y-cuales-son-sus.html> <http://www.viaeducation.org/html/que-02.htm>

Ley Orgánica de Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Gaceta Oficial, 38.236, 26 de julio de 2005.

Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Gaceta Oficial N° 38.236, 26 de julio de 2005

Ley Orgánica de los Consejos Comunales, Gaceta Oficial N° 39.335, 28 de diciembre de 2009.

Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Recuperado de <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52001DC0366&from=ES>

Jáuregui, A. (2002, junio 20). *Desarrollo comunitario, opción al alcance de todos*. Recuperado de <http://www.gestiopolis.com/canales/economía/articulos/39/comunidad.htm>

Lambin, J., Gallucci, C. y Sicurello, C. (2009). *Dirección de marketing: gestión estratégica y operativa del mercado*. México: Mc. Graw-Hill.

Norma Internacional ISO 26000:2010. Guía de Responsabilidad Social: Primera Edición Noviembre 01 de 2010.

- Rodríguez, J. (2007). Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría. *Ekonomiaz*, 2 (65), 12-49
- Rossi, E. (2010). Marketing Responsable. *Notas en Turismo y Economía*. (II) 2010. 83-92. Recuperado de [http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/15778/ Documento_completo.pdf?sequence=1](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/15778/Documento_completo.pdf?sequence=1)
- Santesmases, M. (1999). *Marketing, conceptos y estrategias*. España: Pirámide. Madrid.
- Sherman, A. W. y Bohlander, G. W. (1994). *Administración de recursos humanos*. México: Grupo Editorial Iberoamericana.
- Stoner, J. y Freeman, E. (2011). *Administración*. (3ra Ed.) México: Prentice Hall.