

METODOLOGÍA HOLÍSTICA DE BALANCE SOCIAL, GERENCIA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL: UNA APROXIMACIÓN DESDE LAS ASOCIACIONES DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS DEL ESTADO PORTUGUESA, VENEZUELA

HOLISTIC METHODOLOGY OF SOCIAL BALANCE, MANAGEMENT AND SOCIAL RESPONSIBILITY: AN APPROXIMATION FROM THE ASSOCIATIONS OF AGRICULTURAL PRODUCERS OF THE STATE OF PORTUGUESA, VENEZUELA

Mora Guerrero, Amaire Josefina¹

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial es entendida, explica la CEPAL (2004), como una forma de gerenciar que considera los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. Se han desarrollado diversas metodologías de balance social inherentes a la responsabilidad social empresarial, pero ninguna es aceptada totalmente; unas ponen énfasis en lo social y otras en lo ambiental, unas ponderan la dimensión interna de la responsabilidad social empresarial (relación empresa-trabajador) y otras la externa (relación empresa-entorno). Es importante establecer una metodología holística de balance social, que desde la perspectiva del cambio organizacional y el principio de la complementariedad, sea acorde con las realidades de los productores agrícolas de Portuguesa, Venezuela. Ello posibilitaría evaluar la actividad actual y planificar la futura de acuerdo con políticas, objetivos y metas de manera integral, es decir, de acuerdo con el mejoramiento continuo.

Palabras Clave: responsabilidad social, cambio organizacional, balance social holístico.

ABSTRACT

According to ECLAC (2004), Corporate Social Responsibility is a way of managing social, environmental, and economic effects of corporate action combining it with respect for ethical values, people, communities and the environment. There are several social balance methodologies that have been developed for Corporate Social Responsibility, but none are fully accepted. Some emphasized social and environmental responsibility; some others weight internal dimension of corporate social responsibility (employer-employee relationship) and others external responsibility (business-environment relationship). It is important to establish a holistic social balance approach from the organization's perspective and the principle of complementarity that it is consistent with Portuguesa's agricultural producer's realities. This would allow assessing the current activities and future plans, according to policies, objectives and goals for a continues improvement.

Keywords: social responsibility, organizational change, social balance holistic.

JEL: M140

Recibido: 13 de diciembre de 2020 **Aceptado:** 20 de abril de 2021

¹ Profesora – Investigadora de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales Ezequiel Zamora, adscrita al Programa de Ciencias Sociales y Económicas del Vicerrectorado de Producción Agrícola, Portuguesa – Venezuela. Investigadora del Centro de Investigación y Desarrollo de la Pequeña, la Mediana y la Microempresa del Estado Carabobo, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales) de la Universidad de Carabobo, Carabobo – Venezuela. Doctora. en Ciencias Administrativas y Gerenciales, correo: amairemora@gmail.com <https://orcid.org/0000-0003-1988-589>

INTRODUCCIÓN

La agricultura, más allá de ser una actividad económica estacionaria sujeta a las incertidumbres ambientales y del mercado, es una actividad social que entraña una forma de vida, un modo particular de ser y hacer que genera, allende al beneficio social de garantizar alimento, trabajo y sustento a los seres humanos, agresiones antrópicas que comprometen la sustentabilidad ambiental y sostenibilidad económica y social del propio sector. Las organizaciones de productores agrícolas, señala el Departamento de Desarrollo Rural del Banco Mundial (2001), han sido creadas para mejorar las condiciones de vida de sus miembros al ocuparse...

...de las políticas en materia de precios, exportación e importación de productos agrícolas, la mejora de las prácticas de producción agrícola, el acceso de los productores a insumos y servicios, con inclusión de créditos agrícolas, la comercialización de la producción agrícola y la elaboración local de la producción agrícola y su comercialización. (p.5).

Es en ese contexto donde el balance social se convierte en una estrategia de evaluación del desempeño organizacional no sólo de las asociaciones sino de los productores agrícolas, en aras de garantizar prácticas agrícolas ambiental y socialmente sustentables. De lo que se trata es que el balance social se convierta en un elemento que ayude a reconocer desde un punto de vista gerencial qué se ha hecho, cómo se ha hecho, qué y cómo se puede mejorar. Es decir, evaluar – proyectar – planificar. Así pues, se pretende mostrar la necesidad de una metodología holística de balance social para los productores agrícolas; que permita establecer, entre otros elementos, el cumplimiento de sus prácticas gerenciales y de responsabilidad social.

BASES TEÓRICAS

El papel de asociaciones de productores en la articulación geoeconómica de Venezuela

La Facultad de Agronomía de la Universidad Central de Venezuela (UCV) (2012:7) establece que “La actividad agrícola representa un pilar fundamental de la estructura

geoeconómica de Venezuela (...) por más de cuatro siglos, la agricultura fue el eje central en la conformación y organización del espacio geoeconómico venezolano”. Más allá de ello, el sector agrícola debe ser visto como uno de los cimientos del desarrollo de cualquier país.

El sector agrícola, expresa Bejarano (1998), se desarrolla en un medio altamente competitivo, donde los productos son bastante similares, la diferenciación es de marca más que de producto, los cuales están destinados a la satisfacción rápida de necesidades básicas, pues su caducidad es relativamente corta, lo que se acentúa por su carácter estacional y estar sujetos a los rigores climáticos. Adicionalmente, el impacto de enfermedades y plagas en la producción acentúa los niveles de riesgo, así como la calidad del producto; elementos que se reflejan en los márgenes de incertidumbre del sector, que se ven afectados por los problemas que pudieran presentarse en la post-cosecha.

A ello se le suma que la producción agrícola, señala Bejarano (1998:46), es inflexible, se generan inconvenientes tanto a la hora “de recombinar los factores de producción una vez empezado el proceso productivo,” como en la posibilidad de emplearlos en otras labores distintas a las agrícolas. Todo lo cual, redundando, afirma Bejarano (1998), en la poca elasticidad de la productividad agrícola en el corto plazo, así como su escasa asimilación de los estímulos del mercado. A estos factores hay que agregarle el escaso poder de negociación de los productores agrícolas frente a la agroindustria y el Estado para la fijación de precios, controles de producción, así como de calidad; la desconcentración geográfica de la agricultura dificulta la creación de cadenas horizontales que acentúen las fortalezas del sector y es aquí donde las asociaciones de productores agrícolas pueden ser esenciales.

Las asociaciones de productores se convierten en un detente a los embates o azares de la economía moderna globalizada y han jugado un papel fundamental en el desarrollo de la agricultura y, por consiguiente, del sector agrícola venezolano, en su conjunto; vienen a darle organización, coherencia, unicidad e influencia a un sector socioeconómico generalmente disperso y atomizado, como el agrícola. Explica

Briceño (2011:2), que este tipo de organizaciones son “estructuras de intermediación entre los productores rurales y las demás partes, que intervienen en su entorno económico, institucional y político, son organizaciones de adhesión, creadas para brindar servicios” a sus miembros.

Es por esta razón, que las asociaciones buscan mejorar las condiciones de vida de sus agremiados, facilitar y mejorar su proceso productivo, sus medios de producción, el acceso a los créditos y servicios asociados a la producción agrícola, así como facilitar al asociado el proceso de comercialización a lo largo de toda la cadena de valor. Las asociaciones u organizaciones de productores pueden desempeñar, de acuerdo con el Departamento de Desarrollo Rural del Banco Mundial (2001), variadas funciones:

Promoción o política: (...) desempeñan un papel representativo, pueden promocionar los intereses de sus miembros y representar sus intereses en las negociaciones con el gobierno, los donantes o el sector privado; Economía y técnica: (...) proporcionan servicios a sus miembros, que incluyen: información, mejor acceso a los insumos y el mercado, crédito, apoyo para almacenamiento, y servicios de procesamiento y comercialización; y Desarrollo local: (...) sus miembros a menudo les solicitan que apoyen los procesos de desarrollo local, y mejoren la calidad de vida del poblado. (p. 2 - 3).

Las asociaciones de productores agrícolas existentes en el estado Portuguesa, como la Asociación de Productores Rurales del Estado Portuguesa (Asoportuguesa), la Asociación de Productores Rurales de Turen (Asoprutat), la Asociación Nacional de Cultivadores Agrícolas (ANCA), la Asociación de Productores de Semillas de los Llanos Occidentales (APROSCELLO), la Asociación de Productores Programa Agrícola ITALVEN (ASOPRAI), la Sociedad de Cañicultores del Estado Portuguesa (SOCAPORTUGUESA), entre otras; buscan incentivar la creación de cadenas horizontales y verticales de producción y comercialización que disminuyan los costos de producción, mejoren la calidad de los productos, estimulen el proceso agroproductivo. Todo en consonancia con el respeto al ambiente y al uso racional de los recursos naturales.

En ese sentido, uno de los fines de dichas asociaciones es facilitar la coordinación de acciones y políticas con el sector público que fortalezcan la actividad agropecuaria nacional, lo que va desde la creación de consensos para el establecimiento de precios justos para la producción hasta la creación de infraestructura de apoyo a la producción, pasando por la facilitación del proceso de importación de insumos y exportación de la producción. Sin obviar el apoyo y asesoramiento técnico, así como el financiamiento a sus agremiados. A lo largo de los años estas asociaciones de productores agrícolas han mantenido su misión y propósito; no obstante, que la situación del campo venezolano ha venido deteriorándose.

Al respecto Naranjo (2015:7) indica que existe un menoscabo progresivo de la actividad agrícola nacional, debido a la “ausencia de políticas públicas concertadas por el Gobierno y las fuerzas productivas del país, generándose incertidumbre y pérdida de las condiciones necesarias para que fluyan los procesos productivos”. Todo lo cual se intensifica, aclara Naranjo (2015:7), por la “crisis en el acceso oportuno y suficiente de insumos adaptados a la realidad de cada estado, la política de precios cuya regulación no se corresponde al contexto inflacionario que atraviesa el país y la inseguridad que asedia a los productores”. Situaciones todas que inciden negativamente en el proceso productivo por la ausencia de inversiones y la carencia de mano de obra, deterioro de la infraestructura de apoyo a la producción, inseguridad jurídica, escasez y desabastecimiento de insumos agrícolas, obsolescencia y deterioro de maquinarias, implementos, equipos y herramientas, persistencia de prácticas agrícolas arcaicas económicamente insostenibles y ambientalmente poco sustentables.

METODOLOGÍA

Es un estudio documental, donde se emplea el principio de complementariedad y este apunta, explica Morín (1990), a la comprensión de que en un sistema siempre hay por lo menos dos visiones de las cosas, que pueden o no ser antagónicas, pero que en esencia pueden serlo; la idea de la organización en la complejidad es permitir la complementariedad de esos antagonismos en favor de un mejor conocimiento y comprensión de la misma. Un balance social holístico debe ser eso, un instrumento

que permita la coexistencia de cosas diametralmente opuestas para el fin principal de toda organización, su perdurabilidad espacio-temporal; sin su presencia se condiciona la propia existencia de la organización.

RESULTADOS

Aproximación teórica a la responsabilidad social

La responsabilidad social, como área de estudio para los teóricos de las organizaciones y de la administración, se inscribe dentro de los postulados del cambio organizacional. Su implantación en una empresa debe ser realizada bajo los axiomas del cambio planificado o desarrollo organizacional; en tanto que su continuidad debe hacerse siguiendo los fundamentos del kaizen o mejoramiento continuo.

La responsabilidad social debe surgir inicialmente de un cambio planificado en la organización, porque en palabras de Stoner et al. (1996:452) un cambio planeado “representa un intento sistemático por rediseñar una organización, de tal manera que pueda adaptarse a los cambios significativos del ambiente y alcanzar metas nuevas”. Situación a la que se aspira cuando la alta gerencia decide hacer que su empresa sea socialmente responsable. El mejoramiento continuo, explica Imai (2001), es mantener los estándares de las operaciones que se realizan y, a su vez, irlos mejorado progresivamente hasta alcanzar niveles de excelencia con el concurso y la participación de todos los miembros de la empresa; escenario deseado en las prácticas de responsabilidad social que desarrolle una organización.

En virtud de ello, la incorporación de la responsabilidad social empresarial como cambio, mantenimiento y mejoramiento debe llevarse a cabo de forma planificada y continua a través de un proceso de aprendizaje que posibilite la resolución de conflictos, internos y externos; a la vez que permite responder a las expectativas de la organización, de sus miembros y de la sociedad. De lo que se trata, indican French et al. (1996:36) es de “mejorar la visión (...) mediante una administración constante y de colaboración de la cultura de la organización”. Igualmente, el desarrollo organizacional

permite la instrumentación del cambio que entraña la responsabilidad social empresarial, usualmente complicado y tortuoso, mediante una transformación gradual y continua que favorece la interacción y el aprendizaje; situación que se afianza con el desarrollo en la empresa de la filosofía del kaizen.

Asevera Chiavenato (2010), el devenir socio-histórico de la humanidad, así como los eventos económicos, financieros, políticos y ambientales que han ocurrido en las últimas décadas han hecho que las organizaciones, en general, y las empresas, en particular, se enfrenten a un ambiente incierto, cambiante y lleno de riesgos, lo que ha requerido adecuar su cultura organizacional para asegurar su continuidad; por todos estos elementos la responsabilidad social empresarial, en el marco del cambio organizacional, resulta de especial significación. Como lo expresa Toro (2014:263) “el cambio organizacional (...) para la integración de la RSE [responsabilidad social empresarial] debe estar presente en la propuesta de la empresa, es decir, su misión, visión y valores, (...) en el planteamiento estratégico que la (...) diferencia”. La responsabilidad social nace como elemento que busca afianzarse en la cultura organizacional que requiere la consubstanciación de los miembros de la organización para lograr el cambio de paradigma, acercarse a la sociedad en donde interactúa y hacerse responsable y corresponsable de su entorno.

Así pues, el cambio organizacional es entendido, de acuerdo con French et al. (1996), como un proceso de largo alcance puesto en marcha por la alta gerencia que busca mejorar, así como adecuar las actividades de la organización a las exigencias del entorno inmediato y los requerimientos de la sociedad en general. En razón de lo cual, aseveran French et al. (1996), es esencial la conformación de una cultura organizacional acorde con las necesidades de los nuevos tiempos, fundada en el trabajo en equipo, el respeto a los derechos humanos, así como la integración de la identidad empresarial con la individual y colectiva; en pocas palabras responsabilidad social empresarial. En ese sentido, explica Hernández (2006:277), el cambio organizacional busca “la revisión de valores: creencias, normas, hábitos, visiones colectivas (mentalidad), costumbres y formas de trabajar para alcanzar o recuperar la competitividad de la empresa.” Por ello, para Hernández (2006:277), “El viejo refrán

‘renovarse o morir’ debe ser la ley en esas circunstancias”, se convierte en una máxima; elemento en el que cobra vigencia y encaja a la perfección con la actualidad de la responsabilidad social empresarial.

El cambio gradual y continuo, pensado como complemento y reafirmación del cambio planeado y planteado inicialmente, puede ser definido, siguiendo a Imai (2001:24), como una estrategia de kaizen que “mantiene y mejora el estándar de trabajo mediante mejoras pequeñas y graduales (...) delinea con claridad la responsabilidad de mantener los estándares para el trabajador, siendo la función de la administración el mejoramiento de los estándares.” En el ámbito de la responsabilidad social empresarial el kaizen se traduce, indica Yepes (2014:92), en “reconocer [la empresa] los impactos de su operación y su relación e influencia social e iniciar procesos de mejoramiento que incluyen la gestión, sus relaciones e impactos. (...) implementación de esquemas de gestión que faciliten el compromiso institucional...”. En otras palabras, afirma Yepes (2014:93), “asegurar el cumplimiento de los objetivos, las metas y los alcances, mejorando los desempeños de la empresa en términos económicos, sociales y ambientales”.

En el mundo cambiante de hoy las organizaciones en general y las empresas en particular deben ser capaces de afrontar las demandas que les hace la sociedad si quieren mantenerse en el tiempo, lograr rentabilidad, ser sostenibles, competitivas y sustentables. En ese sentido, la responsabilidad social es una estrategia que les posibilita, a las empresas, de manera planificada y gradual, dar cabida y respuesta a ese conjunto de demandas y necesidades que se plantean en el entorno y exigen un papel más activo de las mismas. Dice Hernández (2006), la inmediatez y rapidez de los cambios sociales y organizacionales hacen pensar en la necesidad de nuevas formas de ver la administración; así como de generar cambios continuos y progresivos que hagan a las empresas más productivas. La responsabilidad social puede ser vista, explica Ramírez (2009, párr.9), como elemento que “favorece la adaptación al cambio, el reacomodo de intereses, el empowerment o empoderamiento, la flexibilidad decisional y operacional, la polifuncionalidad, la rendición de

cuentas, la comunicación, la transdisciplinariedad y la reagrupación”.

La responsabilidad social responde a la necesidad de las empresas de ajustarse a estos nuevos cambios, de inscribirse en un mercado global competitivo que valora lo ético, lo socialmente responsable y no sólo lo rentable y productivo. Explica Chiavenato (2007), que la responsabilidad social debe formar parte de la estrategia organizacional, donde se integra el plan empresarial a largo plazo con las políticas, decisiones y acciones empresariales de corto, mediano y largo aliento. Esto le permite a las empresas mantenerse en el tiempo, generar rentabilidad, ser productivas y tener aceptación social, es la ética en acción. Indica Chiavenato (2007) que la ética en la práctica empresarial es un dinamizador de las acciones de la organización al incidir en el aumento de la productividad, la mejora de la salud organizacional y la minimización de la reglamentación.

Se asume el planteamiento de la ética en la responsabilidad social empresarial, debido a que, como explica Guédez (2010), al plantearse el porqué de ésta, su fundamentación deviene de la ética; pues la ética ayuda a comprender y entender el efecto de las acciones del hombre sobre sus semejantes, así la responsabilidad social de la empresa viene a mostrar y demostrar las repercusiones de las acciones y prácticas empresariales sobre sus diversos stakeholders o grupos de interés, de ahí la importancia del concepto de la corresponsabilidad. La cual apunta, aclara Guédez (2010:57), a “que las empresas deben sumar sus esfuerzos a los ejercidos por el resto de las entidades con las cuales comparte un mismo espacio geográfico y un mismo tiempo histórico.” La corresponsabilidad puede ser vista como un área de acción o de disposición de estrategias y prácticas de responsabilidad social empresarial; ya que, señala Guédez (2010:57) “la empresa no está constreñida a solventar el problema de toda la sociedad, pero si está obligada a solventar aquellas situaciones que nadie mejor que ella pudiese hacerlo.” Siendo esencial para reafirmar el concepto de corresponsabilidad, lo expresado por Guédez (2010:57) “las empresas son responsables de lo que hacen, pero también son corresponsables por lo que hacen las otras entidades con las que comparte propósitos sociales comunes.”

La responsabilidad social es entendida y ejercida de múltiples formas, asimismo debe ser adecuada a los requerimientos y necesidades de las empresas de acuerdo con su sector y actividad económica; empero, existe un consenso en cuanto a qué debe implicar. En tal sentido, la responsabilidad social debe ser más que simple ayuda social momentánea sin políticas, objetivos y metas, planes y programas, debe estar allende de la filantropía o caridad circunstancial y debe trascender lo pautado en la ley. Así y para completar tal aseveración, la responsabilidad social es definida por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2004:6), como “una forma de hacer negocios que toma en cuenta los efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en ella el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente”.

Esta definición engloba tres aspectos fundamentales: uno, es la relevancia social de la organización, para Correa et al. (2004), la empresa socialmente responsable participa activamente en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas y del ambiente. Dos, la gestión de efectos, indican Correa et al. (2004), una empresa con compromiso social tiene que reconocer su impacto sobre la sociedad, reconocer el conjunto de consecuencias que genera su cadena de valor. Tres, la consulta y comunicación con públicos interesados, apuntan Correa et al. (2004), cada empresa posee un tipo particular de stakeholders o grupos de interés que inciden en la organización y que, al mismo tiempo, se ven afectados por las acciones de ésta. En virtud de ellos, la empresa debe definir su responsabilidad social a través de políticas, estrategias, objetivos, metas, prácticas y actividades dirigidas a un sector en específico, así como el por qué y el para qué realiza prácticas de responsabilidad social empresarial.

DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Responsabilidad social y balance social

Es en la consulta y comunicación con los públicos interesados donde cobra vigencia el balance social. La rendición de cuentas, asevera Canelón (2014:227) “se ha convertido en los últimos tiempos en el sello por excelencia de la gestión responsable de las

organizaciones (...) significa comunicar las acciones realizadas de los proyectos llevados a cabo con la mayor fiabilidad posible...”. Esto se debe a que hoy en día las empresas reconocen la necesidad, asegura Caldera (2010), de informar a todos los públicos (afectados o no por sus acciones, interesados o no de su desempeño) los resultados de sus prácticas de responsabilidad social, de su grado y ámbito de interacción con la sociedad y su entorno. En otras palabras, según Caldera (2010:358), “¿Cuál es el resultado de esa interacción, cómo se beneficia la empresa y qué beneficios genera a la sociedad?”

Los beneficios de realizar prácticas de responsabilidad social y, a su vez, rendir cuentas a través de un balance social son muchos: primero, que la empresa tenga una buena imagen corporativa, el respeto e identificación de sus empleados, la confianza y lealtad de sus socios, así como de sus clientes; y segundo, generar buenas relaciones con la sociedad y con el Estado. Además, hacerse corresponsable al dar respuesta pública a las presiones de sus stakeholders o grupos de interés permite, expone Machado (2010:176), “mejorar la calidad de los productos, (...) fortalecer los procesos y las relaciones de la empresa en su dimensión interna y externa. (...) legitimar su imagen debido a su compromiso (...) credibilidad y transparencia.” En pocas palabras, aclara Berti (2011),

El balance social permite a la empresa medir, evaluar y compartir con diferentes grupos de interés su desempeño como organización socialmente responsable, con lo cual da respuesta a las crecientes exigencias de la sociedad en su demanda de solidaridad, eficiencia, eficacia y transparencia al sector empresarial como actor clave para el desarrollo del país. (...) Mejoramiento de su imagen y reputación, haciéndola más competitiva en términos de su posicionamiento en el mercado, obtención de lealtad de clientes, captación y retención de empleados y de acceso a capitales. (p. 3).

En tal sentido, el balance social, es el reporte anual que realiza voluntariamente la empresa para comunicar a todos sus stakeholders o grupos de interés el ámbito, nivel y grado de cumplimiento de sus prácticas de responsabilidad social. Para el Instituto Ethos (2006) este reporte nace de una auditoría interna a la gestión empresarial

sustentada en criterios ambientales, sociales y económicos e incluyen datos cuantitativos y cualitativos a fin de evaluar la actividad actual y planificar la futura de acuerdo con políticas, objetivos y metas claras. Tales parámetros de acción de la responsabilidad social empresarial apuntan, señala el Instituto Ethos (2010), a la generación de sostenibilidad social, económica, política y sustentabilidad ambiental; en pocas palabras, al desarrollo sustentable. No obstante, explican Machado et al (2004), se han desarrollado diversas metodologías para realizar un balance social pero ninguna es aceptada totalmente; unas ponen énfasis en lo económico-financiero, otras se centran en lo social y otras destacan lo ambiental, unas ponderan la dimensión interna de la responsabilidad social (relación empresa-trabajador) y otras la dimensión externa (relación empresa-entorno).

Entre las diferentes metodologías que existen para realizar un balance social se pueden mencionar: Social Accountability International (SA 8000) o Responsabilidad Social Internacional (SA8000, siglas en inglés), Aseguramiento de Sostenibilidad (AA1000AS, siglas en inglés), Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad 2000-2011 del Global Reporting Initiative o Iniciativa de Reporte Global (GRI, siglas en inglés), Instituto Ethos, Fair Trade (Comercio Justo), Pacto Global, entre otras. Todas tratan de medir una dimensión de la responsabilidad social empresarial a través de la ejecución de actividades y prácticas de acción social; en otras palabras, la variable que se espera que una organización cumpla para catalogarla de socialmente responsable.

Metodología holística de balance social

Un balance social holístico debería permitir abordar de una manera metodológicamente más efectiva e integral las diferentes variables de la responsabilidad social: primero, saber si se han cumplido los objetivos y las metas planteadas, efectividad de las acciones organizacionales; segundo, informar a los stakeholders o grupos de interés sobre su desempeño, rendimiento, productividad y responsabilidad, balance de gestión; tercero, mostrar el tratamiento dado a las externalidades generadas por la empresa u organización, en este caso por los productores agrícolas y sus asociaciones, sean positivas o negativas, manejo de impacto; cuarto, dejar abierta la posibilidad de

incorporar nuevos temas en la agenda. Para lograr esto, es decir una metodología holística de balance social, son esenciales varios elementos: primero, comprender la magnitud de las esferas de sostenibilidad y la necesidad de que estén presentes y se complementen en el balance social. Segundo, asumir que la responsabilidad social como forma de gerenciar es compleja y requiere la aplicación del principio de complementariedad de la complejidad para poder dar cuenta asertivamente del desempeño de una empresa.

En cuanto a la esferas de sostenibilidad, la social debe estar fundamentada, afirma De La Cuesta (2004), en el capital social que la empresa va construyendo a lo largo del tiempo a partir del conjunto de recursos, tangibles e intangibles, con que cuenta y que son producto de la serie de interacciones sociales, que se van generando de la dinámica empresarial. La económica, asevera Francés (2010), está vinculada con la puesta en marcha de estrategias y políticas dirigidas a la creación de valor en los encadenamientos productivos que genera. La política, indica la Comisión de las Comunidades Europea (CCE) (2002), se refiere al afianzamiento y reforzamiento de las prácticas democráticas, al respeto de los derechos humanos, a la incorporación del diálogo y la negociación en la toma de decisiones y la tolerancia a las diferencias. La ambiental, explica la CCE (2002), es la contribución de la empresa a la superación de los problemas socioambientales, en la medida de sus posibilidades.

Un balance social holístico debe posibilitar nuevos parámetros de mejoramiento continuo que viabilicen el desarrollo de la organización. Un elemento central sería establecer, de una parte, una metodología holística de balance social acorde con las realidades de un sector económico específico, en este caso el de los productores agrícolas de Portuguesa; de otra, dicha metodología debería incluir análisis cualitativos, cuantitativos, aportes de las metodologías preexistentes y las diferentes esferas de la sustentabilidad.

CONCLUSIONES

El balance social serviría de instrumento de verificación voluntaria interna y externamente; su establecimiento a nivel de productores agrícolas implica fijar

parámetros de responsabilidad social acordes a la realidad del campo venezolano, tanto en lo productivo como en lo económico; pero también ajustados a las particularidades del contexto sociocultural del sector productivo agrícola. Empero, un balance social holístico debería permitir abordar de una manera metodológicamente más efectiva e integral varios tópicos de la responsabilidad social: efectividad de las acciones organizacionales, balance de gestión, manejo de impacto, variedad de asuntos a tratar.

En la medida que los productores agrícolas de Portuguesa y sus asociaciones procuren la incorporación de la responsabilidad social, entendida como cambio planificado, en su cultura empresarial y, a su vez, comience un proceso de aprendizaje y mejoramiento continuo, asumido como kaizen, en función de la corresponsabilidad, la aplicación de una metodología holística de balance social evidenciará su relevancia y aporte a la organización. Ello posibilitaría reflejar las actividades en los distintos ámbitos de actuación: económico, financiero, productivo, laboral, social, político, ambiental de cada productor y de las asociaciones; además de dar cuenta de tales acciones a los diferentes públicos interesados, internos y externos.

REFERENCIAS

- Bejarano, Jesús (1998). *Economía de la agricultura*. Editorial Tercer Mundo. S.A., Bogotá.
- Berti, Zaira (2011). *Guía para elaborar el balance social de las empresas*. Ediciones de Venamcham, Caracas.
- Briceño, Germán (2011). *El Rol de las asociaciones en el desarrollo agrícola nacional*. Artículo en línea. Disponible: <http://www.innovaven.org/quepasa/agropol27.pdf>. Consulta: 2015, Abril 20.
- Caldera, Oralyn (2010). *Balance social, herramienta informativa de la empresa de hoy*. En V. Guédez (comp.). *Responsabilidad social empresarial. Visiones complementarias. Hacia un modelaje social*. (pp. 358-370) Venamcham – Grupo Intenso, Venezuela.
- Canelón, Rubén (2014). *¿Qué tipos de alianzas debe establecerse y con quiénes?* En V. Guédez (comp.). *La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño, implementación, desarrollo y evaluación*. (pp. 217-226). Venamcham-

Fundación BBVA Provincial – Grupo Intenso.

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2004). La Responsabilidad Social Empresarial. Revista de la CEPAL. (Edición Especial), 5-74

Chiavenato, Idalberto (2007). Introducción a la teoría general de la administración. 7ma. Ed. Mc Graw Hill. México.

Chiavenato, Idalberto (2010). Innovaciones de la administración. Tendencias y estrategias. Los nuevos paradigmas. 5ta. Ed. Mc Graw Hill. México.

Comisión de las Comunidades Europeas (2002). Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas. Autor. Bruselas.

Correa, María, Flynn, Sharon y Amit, Alon (2004). Responsabilidad social corporativa en América Latina: una visión empresarial. Revista de la CEPAL. (85), 1-79.

De La Cuesta, Marta (2004). El porqué de la responsabilidad social corporativa. Artículo en línea. Disponible: http://www.revistasice.info/cmsrevistasICE/pdfs/BICE_2813_4558_3878E11FE5EA92486445FF5860C4DF47.pdf. Consulta: 2011, Febrero 22.

Departamento de Desarrollo Rural del Banco Mundial (2001). Organizaciones de productores agrícolas. Su contribución al fortalecimiento de las capacidades rurales y reducción de la pobreza. Autor, Washington, D.C.

Facultad de Agronomía de la Universidad Central de Venezuela (UCV) (2012). Programa director inicial vegetal. Teoría semana 3. Documento en línea. Disponible: http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/facultad_agronomia/PDI/PDI_SEMANA_3_Teoria.pdf. Consulta: 2015, Abril 20.

Francés, Pedro (2010). Responsabilidad social de las empresas: fundamentos y enfoques de la gestión responsable. Artículo en línea. Disponible: <http://www.3sbizkaia.org/%5Cgestion%5Cgestion%Crchivos%5CBibliotecas.pdf>. Consulta: 2011, Marzo 1.

French, Wendell y Bell, Cecil (1996). Desarrollo organizacional. Aportaciones de las ciencias de la conducta para el mejoramiento de la organización. 5ta. Editorial Prentice Hall Latinoamérica, México.

Guédez, Víctor (2010). Las dimensiones éticas y estratégicas de la RSE. En V. Guédez (comp.). Responsabilidad social empresarial. Visiones complementarias. Hacia un modelaje social. (pp. 57-61) Venamcham – Grupo Intenso, Venezuela.

Hernández, Sergio (2006). Introducción a la administración. Teoría general administrativa. 4ta. Ed. Mc Graw Hill. México.

- Imai, Masaaki (2001). Kaizen. La clave de la ventaja competitiva japonesa. 13era Reimp. Compañía Editorial Continental, México.
- Instituto Ethos (2006). Balance social y comunicación. Documento en línea Disponible: http://www1.ethos.org.br/EthosWeb/arquivo/0-A-3c7REDES_2.pdf. Consulta: 2011, Marzo 17.
- Instituto Ethos (2010). Indicadores ethos-sebrae de responsabilidade social empresarial. Autor. São Paulo.
- Machado, Clemy (2010). Responsabilidad social empresarial y alianzas trisectoriales. En V. Guédez (comp.). Responsabilidad social empresarial. Visiones complementarias. Hacia un modelaje social. (pp. 171-177) Venamcham – Grupo Intenso, Venezuela.
- Machado, Clemy, Berti, Zaira y Caraballo, Leticia (2004). Balance social para organizaciones sin fines de lucro. Serie Cuadernos Técnicos, (21), 13-62.
- Naranjo, Nerio (2015, Abril 19). Decano de la Facultad de Agronomía de la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado insta al gobierno a generar condiciones para frenar deterioro del sector agrícola. Diario Última Hora. p.7.
- Ramírez, Eugenio (2009). El Cambio de paradigmas organizacionales: adaptando la empresa a las megatendencias. Documento en línea. Disponible: <http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/cambioparadigma.htm>. Consulta: 2010, Marzo 4.
- Stoner, James, Freeman, Edward. y Gilbert, Daniel (1996). Administración. 6ta. Ed. Ediciones Prentice-Hall, México.
- Toro, Daniela (2014). La Hoja de Ruta de la RSC. En V. Guédez (comp.). La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño, implementación, desarrollo y evaluación. (pp. 259-268). Venamcham-Fundación BBVA Provincial – Grupo Intenso, Venezuela.
- Yepes, Gustavo (2014). Finalidad y orientación de la RSE. En V. Guédez (comp.). La RSE en perspectiva. Ideas para su diseño, implementación, desarrollo y evaluación. (pp.89-99). Venamcham-Fundación BBVA Provincial – Grupo Intenso, Venezuela.