

**POLÍTICAS GERENCIALES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN AGROINDUSTRIAS VENEZOLANAS:
UN ESTUDIO PARA LA COMPETITIVIDAD**

MANAGEMENT POLICIES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN
VENEZUELAN AGROINDUSTRIES: A STUDY FOR COMPETITIVENESS

Cadevilla Soto, Alberto J¹

RESUMEN

La responsabilidad social empresarial es un modelo de gestión que permitiría el desarrollo de políticas gerenciales para la competitividad en las agroindustrias venezolanas mediante los aportes del modelo de diamante de Porter, del enfoque de la competitividad sistémica y de la matriz de análisis FODA. El desarrollo de políticas gerenciales de responsabilidad social empresarial posibilitaría la conjunción de esfuerzos para la formación de conglomerados económicos que hagan de las agroindustrias venezolanas un entramado de competitividad. La responsabilidad social empresarial permitiría aunar esfuerzos para la generación de políticas que fomenten, promuevan y articulen los procesos de desarrollo y aprendizaje que establezcan parámetros de competitividad que, yendo más allá de las condiciones empresariales históricas y coyunturales, impulsen y coadyuven al desarrollo productivo y participen en la mejora de los factores inmateriales de la sociedad.

Palabras clave: competitividad, políticas gerenciales, responsabilidad social empresarial, desarrollo productivo

ABSTRACT

Corporate social responsibility is a management model that would allow the development of management policies for agribusiness competitiveness Venezuelan through Diamond Model Porter contributions, systemic competitiveness approach and SWOT matrix analysis. The development of Corporate Social Responsibility managerial policies make possible combined efforts to form economic clusters that make venezuelan agribusiness a framework of competitiveness. Corporate Social Responsibility would generate policies that encourage, promote and articulate the development and learning process that establish parameters of competitiveness, that going beyond historical and cyclical business conditions, propels and contributes to the productive development and improves intangible factors of society.

Keywords: competitiveness, management policies, corporate social responsibility, productive development.

JEL: M140

Recibido: 12 de agosto de 2017

Aceptado: 09 de octubre de 2017

¹ Politólogo. Magister en Administración Mención Gerencia General. Participante del Programa Doctoral en Ciencias Administrativas y Gerenciales de la Universidad de Carabobo. Docente de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Ezequiel Zamora. alcaso24@gmail.com

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de políticas gerenciales de responsabilidad social empresarial posibilitaría la conjunción de esfuerzos para la formación de clusters o conglomerados económicos que hagan de las agroindustrias venezolanas un entramado para la competitividad. En tal sentido, la responsabilidad social empresarial permitiría aunar esfuerzos para la generación de políticas que fomenten, promuevan y articulen procesos de aprendizaje que establezcan parámetros de competitividad para superar los limitantes históricos y coyunturales del desarrollo empresarial.

Así pues, la responsabilidad social empresarial es un modelo de gestión que permite el desarrollo de políticas y prácticas gerenciales que conjugan los niveles meso y micro del enfoque de la competitividad sistémica y, a su vez, el desarrollo de una estrategia de vinculación empresarial fundamentada en el diamante de Porter, que tome en consideración la incidencia de los factores internos y externos al sector de la agroindustria de los alimentos a través del análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (Matriz FODA).

Partiendo de ello, se busca formular políticas gerenciales de responsabilidad social empresarial a partir de fundamentos axiológicos y teleológicos que procuren rentabilidad, perdurabilidad espacio-temporal y la identificación de la sociedad con las agroindustrias venezolanas. Es decir, su competitividad y sostenibilidad como agentes, no solo económicos, sino como generadores de capital social y relaciones de interdependencia.

En un contexto de precariedad, incertidumbre y desincentivos, fuerte intervencionismo estatal, distorsiones económicas; la principal responsabilidad social que debe tener este sector productivo es su perdurabilidad espacio-temporal y ofrecer un modelo de gestión basado en la competitividad que coadyuve al desarrollo productivo y la mejora de los factores inmateriales de la sociedad.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El término responsabilidad social empresarial ha adquirido un entusiasmo fascinante en la sociedad, en la empresa, en el Estado y en los círculos académicos; en él se ha tratado de incluir muchas cosas. Señala García-Perdiguerro (2003), la expresión responsabilidad social empresarial es usada desde los años sesenta del siglo XX en los países anglosajones; no obstante, sólo es en los noventa cuando ha adquirido actualidad y relevancia a partir del estudio y análisis de las relaciones que se establecen entre la empresa y la sociedad en un contexto local y globalizado.

A nivel mundial, latinoamericano y venezolano se ha generado en los círculos académicos una fuerte concientización acerca de la responsabilidad social que deben asumir las empresas; es decir, el rol social que deben cumplir para responder a las exigencias e intereses generales de la sociedad y sus objetivos de desarrollo. La visión que prevalece sobre la responsabilidad social empresarial en el mundo está relacionada con la consecución de la sostenibilidad económica, social y ambiental.

Por ello, de acuerdo con la Comisión de las Comunidades Europeas (2002, p.6), la responsabilidad social de las empresas es fundamental, si “puede contribuir positivamente al objetivo estratégico (...) [de] «convertirse [Europa] en la economía basada en el conocimiento más competitiva y dinámica del mundo, capaz de crecer económicamente de manera sostenible con más y mejores empleos y con mayor cohesión social»”; siendo estas premisas aplicables al resto del mundo.

En América Latina la responsabilidad social empresarial se aprecia de dos maneras: una, la efectuada por las grandes empresas, y otra, la ejercida por las empresas pequeñas y medianas (pymes). El Instituto Ethos (2004, p.7), revela que “la responsabilidad social empresarial le abre a las empresas grandes la posibilidad de incorporar las metas del milenio en su forma de gerenciar y en la realización de los negocios”, pueden contribuir con los gobiernos a enfrentar la pobreza, promover valores democráticos, el desarrollo sustentable, la acción social, entre otros temas. En cuanto a las pymes, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2005, p.4),

señala que las “empresas medianas y pequeñas de la región realizan prácticas de responsabilidad social más internas que externas, no obstante reconocen la necesidad de fomentar, establecer y perpetuar este tipo de prácticas porque a la larga pueden generarse mayores retribuciones económicas”. En Venezuela, indica Méndez (2000), la responsabilidad social empresarial ha adquirido diversas formas que se conjugan y superponen. Así, en un momento dado, puede ser contribución social voluntaria de la empresa hacia la sociedad; en otras circunstancias, ha sido vista como participación conjunta de todos los sectores y actores involucrados para asumir situaciones coyunturales o estructurales y tratar de mejorarlas. No obstante, el cariz adquirido por la responsabilidad social ha dependido del poder de la empresa y de su capacidad de distribución de la riqueza entre los grupos que impacta y que se sienten afectados por su accionar.

La responsabilidad social empresarial es definida por la Comisión de las Comunidades Europeas (2002, p.13), como un modelo de gestión que busca “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores.”

En ese sentido, explica la Comisión de las Comunidades Europeas (2002, p. 61), “las empresas deben integrar en sus operaciones las consecuencias económicas, sociales y medioambientales. (...) no es algo que pueda «añadirse» optativamente a las actividades principales de la empresa, sino que afecta a su propia gestión.”

TRES FORMAS DE ABORDAR LA COMPETITIVIDAD

La competitividad puede ser entendida como la capacidad de una empresa de procurar y mantener sistemáticamente ventajas comparativas y ventajas competitivas que le permitan alcanzar, sostener y conservar una determinada posición en el entorno socioeconómico donde se desenvuelve, bien sea local, regional, nacional o internacional. Martínez (2006, p.7), indica que la competitividad “es un estado final que resulta de la capacidad de las empresas para ser rentables en sus actividades productivas”.

Esto hace que la misma se vea asociada, explica Martínez (2006, p.7), con elementos o factores tales como: “productividad de las empresas, métodos de producción eficientes, calidad de los productos y su mejora a través del tiempo, innovación en tecnología y gerencia empresarial y otros factores que promuevan rentabilidad.”

El modelo de diamante de Porter es una forma de abordar la competitividad, para Fox et al (2003), relaciona el éxito o los mejores resultados de una empresa con factores sistémicos asociados con la competitividad; uno de esos factores serían los clusters o conglomerados; concebidos, explica Porter (1991), como “un grupo, geográficamente próximo, de empresas interconectadas e industrias asociadas, en un sector particular, vinculadas por características y complejidades comunes”.

Estos conglomerados pueden ser de empresas afines, conexas, relacionadas, complementarias o competidoras; lo que interesa es su existencia y aporte a la competitividad. La relevancia de los conglomerados se demuestra porque, asevera Porter (1991), donde existen se incrementa el número de empresas que son o se vuelven competitivas; lo cual se hace más evidente al estar presentes los atributos adicionales que promueven la innovación y favorecen la competitividad.

Entre estos atributos se encuentra: primero, condiciones de los factores, señala Porter (2007, p. 18), remiten a “la posición de la nación en factores de producción, tales como mano de obra calificada o infraestructura, necesarios para competir en una industria dada”. Porter (1991) indica que contar con un recurso en forma limitada debe ser convertido por las empresas en una situación aprovechable mediante el estímulo al desarrollo tecnológico o innovación.

Segundo, condiciones de la demanda, aclara Porter (2007, p. 76), alude a “la naturaleza de la demanda por el producto o el servicio ofrecido por la industria en su mercado de origen”; cómo es el cliente, cuáles son sus expectativas, su poder de consumo, su grado de sofisticación, su capacidad de compra, entre otros elementos.

Un tercer atributo corresponde a las industrias relacionadas y de apoyo, es según Porter (2007, p.77), “la presencia o ausencia en la nación de industrias proveedoras y

otras industrias relacionadas que sean competitivas internacionalmente”. Se entiende como sectores proveedores afines a la actividad económica que se realiza y que posibilitan la creación de cadenas de producción-consumo, así como coordinar o compartir actividades de la cadena de valor; subraya Martínez (2006, p. 15), a través del “intercambio continuo de información, ideas e innovaciones [que hagan pensar en] Clusters en lugar de industrias aisladas.”

El cuarto atributo es la estrategia, estructura y rivalidad de las firmas; entendido por Porter (2007, p. 77), como “Las condiciones que rigen cómo las empresas se crean, se organizan y se gestionan en la nación, así como la naturaleza de la rivalidad doméstica”. Se explica a partir de las estrategias competitivas que establezcan o las cadenas de valor e integración que promuevan: horizontales, verticales y diagonales.

Por último, se considera en este modelo los roles que deben desempeñar el Estado y las empresas en la competitividad. Apunta Porter (1991, p.192), el Estado debe “alentar –o incluso empujar– a las empresas a que eleven sus aspiraciones y pasen a niveles más altos de competitividad”. En ese sentido, las políticas públicas deben fomentar la competitividad de los sectores productivos y del país. Las empresas por su parte, establece Porter (2007, p.91), son las únicas que “pueden lograr y mantener la ventaja competitiva. (...) deben reconocer el papel central de la innovación, [que] es el resultado de la presión y del desafío.”

Martínez (2006, p.15) resume muy bien la utilidad de este modelo al establecer que “La presencia de condiciones adecuadas en el clima de negocios favorece la aparición de sectores competitivos que, con un alto grado de innovación y especialización de sus integrantes, crean un entorno altamente productivo.” Por lo cual, la formación y mantenimiento de clusters o conglomerados a través de las condiciones generadas por la aplicación del modelo va a ser un círculo virtuoso que se refuerza constantemente. Pero la competitividad de una empresa se hace insuficiente si no cuenta con las condiciones necesarias tanto en su sector económico como en el territorio donde se asienta; así, para que una empresa sea competitiva, más allá de su entorno, los actores sociales deben

conjugar esfuerzos para generar competitividad. De esta manera cobran vigencia los postulados de la competitividad sistémica.

Esser et al (1996), indican que la competitividad sistémica es un marco de orientación para los agentes sociales que permite conocer los factores que inciden en la competitividad de una empresa, de un sector, de un conglomerado, de un país y que provee de dos elementos para la estructuración y estudio de la competitividad: uno, los cuatro niveles de análisis en que se descompone: meta, macro, meso y micro; dos, el carácter transdisciplinario que debe tener la formulación de decisiones que promuevan la competitividad e incluir a los actores del sistema.

En el nivel meta de una sociedad se debe, plantean Esser et al (1994, p.15), buscar el “desarrollo de la capacidad nacional de conducción”; es imprescindible para el logro de la competitividad sólidos patrones de organización jurídica, política y económica, reglas de juego claras, que permitan la conformación y mantenimiento de una capacidad social de organización e integración que propenda a una visión estratégica del país, de la sociedad, del sector y de la industria.

El nivel macro, indican Esser et al (1994, p.20), tiene que propender al “aseguramiento de condiciones macroeconómicas estables”; no es otra cosa que un entorno macroeconómico sólido: una política fiscal, presupuestaria, monetaria, cambiaria, tributaria, financiera y comercial que estimule e incentive la competitividad de las empresas, de los sectores y, por ende, del país; debido a que, aseveran Esser et al (1996, p.42), “La existencia de mercados eficientes de factores, bienes y capitales es clave para una asignación eficaz de recursos.”

El nivel meso, implica, de acuerdo con Esser et al (1996, p.43), la “formación activa de estructuras”, resulta esencial, para Esser et al (1994, p. 29), “abrir y ensanchar espacios económicos, como también optimizar constantemente el entorno empresarial” en aras de la competitividad de las empresas y del país. El Estado debe actuar mancomunada y concertadamente con los actores sociales en la formulación de políticas de apoyo específico a la producción; así como articular los procesos de aprendizaje

social que incorporen innovación, desarrollo tecnológico y adecuación de los adelantos al entorno.

En el nivel micro es necesario plantearse, aseveran Esser et al (1994, p.23), una “transición a la nueva best practice [mejores prácticas]”. Significa, aclaran Esser et al (1996), fortalecer la capacidad de gestión de las empresas a través de la generación de estrategias que incorporen la innovación intra e inter sector, a su vez la implementación de buenas prácticas en todo el circuito de producción; redundando en la integración de redes de cooperación tecnológica y en la creación de conglomerados para lograr competitividad.

Una última forma de abordar la competitividad es mediante el análisis o matriz FODA que, de acuerdo con Cutropia (2003, p.88), es una “metodología de estudio de la situación competitiva de una empresa en su mercado y de las características internas de la misma, a efectos de determinar sus Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas.” En ese sentido, la situación competitiva de la empresa remite, explica Cutropia (2003), a factores ajenos a su dirección o dominio, como son las oportunidades y amenazas; en tanto que las características internas aluden a factores que pueden ser direccionados y manejados por la misma, caso de las fortalezas y debilidades; todo en aras de establecer los factores que puedan hacer competitiva a una empresa en su sector económico y en el país.

La matriz FODA permite la realización de evaluaciones internas y externas y, en función de ellas, establecer estrategias que apuntalen la competitividad de la empresa. Una evaluación interna, en palabra de David (2013), parte del reconocimiento de que todas las áreas funcionales de una empresa tienen fortalezas y debilidades que deben ser conocidas y evaluadas con el objeto de lograr competencias distintivas. Estas son, según David (2013, p.95), “las fortalezas de una empresa que la competencia no puede igualar o imitar fácilmente. (...) Desarrollar ventajas competitivas implica aprovechar las competencias distintivas.” La evaluación externa pretende, puntualiza David (2013, p.62), “identificar y evaluar las tendencias y los eventos que rebasan el control de una compañía

individual, (...) revelan las oportunidades y amenazas clave a las que se enfrenta la compañía”.

EL SECTOR AGRÍCOLA EN LA VENEZUELA RENTISTA

La economía de Venezuela está sustentada en la explotación de un recurso natural no renovable, el petróleo. Este recurso permitió al país en el siglo XX y le permite a inicios del siglo XXI, hacia lo externo, insertarse en el mercado mundial y, hacia lo interno, el mantenimiento de un modelo de desarrollo denominado capitalismo rentístico. Baptista (2008, p.335) indica que el capitalismo rentístico “se origina en el comercio internacional, y por consiguiente significa una transferencia a favor del Estado venezolano causada desde el mercado mundial”.

Esta situación ha posibilitado, en términos de Toro Hardy (2009, p.9), “la instalación de un tipo de gobierno que cuenta con un poder económico autónomo proveniente de esa renta”. En general, se ha originado una relación de dependencia de los sectores productivos hacia el Estado como distribuidor (y no redistribuidor) de la riqueza nacional; además de la subordinación de actividades y potencialidades productivas a las políticas estatales. Máxime, como lo señala Gutiérrez (2010, p.9), la renta será distribuida “de acuerdo con su voluntad política, entre los privados por diferentes medios (gasto público corriente, inversiones públicas y privadas, subsidios, apreciación real del tipo de cambio, tasas impositivas bajas, entre otros), lo cual le da un importante poder discrecional” al Estado. Esto limita enormemente la productividad y la competitividad de la economía nacional, fundamentalmente del sector agrícola.

Explica Gutiérrez (2010), los precios de los alimentos, el tipo de cambio real, la tasa de interés real y los salarios reales serían afectados por las políticas macroeconómicas que se desarrollen y ejerzan en el país; por ende, las consecuencias se sienten en la producción, en el consumo y en el comercio del sector agroalimentario. Aclara Gutiérrez (2010), el tipo de cambio será apreciado; es decir, el valor de la moneda nacional estará por encima de su valor real respecto a otras divisas favoreciendo la producción de servicios (bienes no tangibles) antes que la producción de alimentos (bienes tangibles).

Ello históricamente ha restado competitividad a la producción nacional al encarecerla y hace más rentable importar que producir, desincentivando la manufactura nacional. Afirma Gutiérrez (2010, p.20), “la renta petrolera y su efecto sobre la apreciación del TCR [Tipo de Cambio Real] inhibe el desarrollo de un sector exportador de bienes agroalimentarios.” A esta situación se añade que en los últimos 15 años, puntualiza la Facultad de Agronomía de la Universidad Central de Venezuela (UCV) (2013, p.30), “se instala un sistema de importaciones y distribución de alimentos por parte del Estado. Ambiente económico adverso a la AI [agroindustria], debido a la moneda sobrevaluada, el control de precios y el cambiario que abarata los productos importados”.

Lo anterior ha significado la reducción del número de empresas, el incremento de la capacidad ociosa y, por ende, el atraso tecnológico y la falta de productividad a la par de que se afianzan las cadenas de integración vertical con el mercado externo desintegrándose los encadenamientos productivos nacionales. Se puede afirmar que el proteccionismo estatal ha limitado de manera sustancial la competitividad del sector agrícola.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y COMPETITIVIDAD

El contexto antes descrito debería llevar a las agroindustrias de los alimentos venezolanas a emprender políticas de responsabilidad social empresarial que incentiven y fomenten la competitividad. Las agroindustrias son empresas que responden a la misma lógica que cualquier empresa privada: rentabilidad económica y perdurabilidad espacio-temporal; Susceptibles de desplegar el mismo abanico de políticas y de ser afectadas por los mismos eventos. Al respecto, García-Perdiguero et al (2005), señalan que “desplegar una estrategia de competitividad exitosa sólo será posible (...) fomentando una visión más responsable de la gestión empresarial, mejorar la contribución de las empresas (...) a la solución de los principales problemas y a desafíos sociales”. De ahí la necesidad de que las agroindustrias de los alimentos se aboquen en su conjunto a dar respuesta a cuestiones socioeconómicas estructurales del modelo de desarrollo que puedan

limitar o socavar su sostenibilidad como subsector económico. Es decir, que puedan mermar su rentabilidad, productividad y permanencia; a saber, su competitividad.

La responsabilidad social empresarial como modelo de gestión puede generar competitividad en las agroindustrias venezolanas mediante el desarrollo de políticas gerenciales que la estimulen, fomenten y sustenten. Tales políticas estarían respaldadas por las conclusiones nacidas de una triangulación teórica realizada a los fundamentos del modelo de diamante de competitividad de Porter, de la competitividad sistémica del Instituto Alemán de Desarrollo y la matriz de análisis FODA. La triangulación teórica a la que se alude implicaría, tomando a Denzin (1970), utilizar diferentes teorías o perspectivas teóricas para estudiar un mismo hecho o conjunto de datos.

Procediendo, siguiendo a Denzin (1970), a establecer sus postulados, interpretarlos, relacionando hecho-postulado, contrastando teoría-realidad, apreciando la aclaración generada en función del evento; formando una síntesis dialéctica que potencie la fuerza explicativa de las proposiciones teóricas resultantes.

POLÍTICAS GERENCIALES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS AGROINDUSTRIAS VENEZOLANAS

El abanico de políticas de responsabilidad social empresarial en pro de la competitividad es muy amplio, hacen referencia al respeto a los derechos humanos dentro y fuera de la organización, a la gestión del impacto socioambiental de la empresa tanto a lo interno de la misma como en el entorno inmediato y la sociedad en general, a la promoción del consumo respetuoso, a la transparencia de la gestión, a la participación y acción social. Las políticas gerenciales de responsabilidad social empresarial se dirigirían a minimizar las externalidades negativas y potenciar las positivas en los sectores de acción de las empresas, en este caso las agroindustrias venezolanas, en aras de lograr la competitividad de la industria, del sector y de la nación; entendiendo que sólo la generación de conglomerados socioproductivos asegura competitividad y su sostenibilidad.

Las políticas de responsabilidad de ecoeficiencia aluden, afirma Leal (2005, p.7), a “reducir la sobreexplotación de los recursos naturales, (...) la contaminación asociada a los procesos productivos, (...) incremento de la productividad de los recursos, (...) reducir los impactos ambientales a lo largo del ciclo de vida de los productos”. En razón de lo cual, debe ser medida y evaluada mediante indicadores que den cuenta del estado de la cuestión y que permitan apuntalar la competitividad de las agroindustrias venezolanas con la incorporación continua de los avances tecnológicos en la materia, así como las normas que impliquen su verificación y cumplimiento.

Las políticas de responsabilidad social empresarial de cadena de valor, las agroindustrias venezolanas se harían responsables de las acciones que envuelva la cadena de suministros que da origen a sus productos, tanto propias (inherentes a la empresa) como ajenas (derivadas de terceros). Explica Malagón (2009), ello se relaciona con la creación de riqueza, de empleo, de productos y servicios que cumplan con las categorías de socialmente útiles y de calidad ambiental; apoyándose en la generación de innovación y desarrollo, atracción de inversiones y competitividad del sector.

Las políticas de responsabilidad social empresarial de creación de ciudadanía apuntan al desarrollo de sostenibilidad social a partir del ejercicio de los derechos y deberes ciudadanos. Es que las empresas, dice Gallo (2008), se comporten como ciudadanas, que sus actividades sean transparentes, cumplan sus deberes fiscales, se vinculen con su entorno para contribuir a solventar problemas sociales. Ello se lograría mediante la acción de las agroindustrias venezolanas en áreas que fortalezcan el ejercicio de los derechos civiles y la creación de cultura cívica. Se asume que es fundamental para el desarrollo de la sociedad y, por consiguiente, el futuro de la empresa la existencia de ciudadanos con valores competitivos, capacitados, proactivos, proclives al desarrollo y al crecimiento. Se trata de crear valor compartido, como explican Porter et al (2011, p.36), entendido como el conjunto de “políticas y prácticas operacionales que mejoran la competitividad de una empresa a la vez que ayudan a mejorar las condiciones económicas y sociales en las comunidades donde opera.”

Las políticas de responsabilidad social empresarial de acción social están relacionadas con la puesta en marcha de prácticas orientadas por el modelo de partnership o modelo asociativo. Implica, de acuerdo con Gallo (2008), el establecimiento de acuerdos cooperativos entre las empresas y grupos de la sociedad que buscan afianzar la corresponsabilidad de las empresas como actores fundamentales de la sociedad.

Ello significaría la puesta en marcha de políticas gerenciales en las agroindustrias venezolanas que promuevan, siguiendo a Gallo (2008, p.16), “una sociedad más inclusiva, un mercado laboral dinámico e integrador (...) construcción de políticas y acciones de RSE [Responsabilidad Social Empresarial] que favorezcan el desarrollo de una sociedad más equitativa (...) una herramienta innovadora para resolver problemas sociales difíciles.”

CONCLUSIONES

La responsabilidad social empresarial como modelo de gestión busca generar políticas gerenciales que resultan esenciales para adaptar las empresas a los cambios vertiginosos que ocurren en su entorno económico y a la demanda social por actitudes más cónsonas con los desfavorecidos, el ambiente y cualquier otro ente que se vea influido por la acción empresarial. Se trata de reducir las externalidades negativas propias de su actividad productiva y reforzar las positivas derivadas de su actitud responsable mediante la generación de capital social basado en el respeto de los derechos humanos, el fortalecimiento de la ciudadanía, la valoración del ambiente, de la idiosincrasia, de la cultura local y de la familia.

Las políticas gerenciales de responsabilidad social empresarial de las agroindustrias venezolanas pueden crear las condiciones necesarias para el desarrollo productivo al superar las limitantes de su sostenibilidad como subsector económico. Además, tendrían un papel esencial en el mejoramiento de la calidad de vida de sus trabajadores, de las personas de sus entornos inmediatos y de la sociedad en general, al crear encadenamientos o conglomerados productivos que impliquen integración diagonal, vertical y horizontal.

En virtud de todo lo anterior, la responsabilidad social empresarial como modelo de gestión que posibilite el desarrollo de políticas gerenciales en las agroindustrias venezolanas para la competitividad buscaría generar dinámicas favorables que permitan su perdurabilidad espacio-temporal y que sean vistas como algo más que meras generadoras de rentabilidad. Esto se debe a que dichas políticas estarían orientadas al afianzamiento de empresas éticas, proactivas y competitivas.

REFERENCIAS

- Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2005). **Responsabilidad Social en PYMES de Latinoamérica**. Autor, Washington, DC.
- Baptista, Asdrúbal. (2008). **Itinerario por la Economía Rentística**. Ediciones IESA- Academia Nacional de Ciencias, Caracas.
- Comisión de las Comunidades Europeas (2002). **Libro Verde. Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas**. Autor, Bruselas.
- Cutropia, Carlo (2003). **Plan de marketing: paso a paso**. Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing (ESIC), España.
- David, Fred. (2013). **Conceptos de administración estratégica**. 14va. Ed. Pearson, México.
- Denzin, Norman. (1970). **Sociological methods: a sourcebook**. Aldine Publishing Company – Atherton, Chicago.
- Esser, Klaus, Hillebrand, Wolfgang, Messner, Dirk y Meyer-Stamer, Jörg (1994). **Competitividad sistémica. Competitividad internacional de las empresas y políticas requeridas**. Documento en línea. Disponible: <http://www.meyer-stamer.de/1994/systemsp.htm>. Consulta: 2015, Noviembre 07.
- Esser, Klaus., Hillebrand, Wolfgang, Messner, Dirk y Meyer-Stamer, Jörg (1996). Competitividad sistémica: nuevo desafío para las empresas y la política. **Revista de la CEPAL**, (59), 39-52.
- Facultad de Agronomía de la Universidad Central de Venezuela (UCV) (2013). **Tema 7. Objetivo 6. Agroindustria de bienes agroalimentarios en Venezuela**. Documento en línea. Disponible: http://www.ucv.ve/fileadmin/user_upload/facultad_agronomia/Economia/Obj_6_La_agroindustria_en_Venezuela.pdf. Consulta: 2015, Diciembre 12.

- Fox, James., y Louis Berger Group Inc. (2003). **Competitiveness promotion and clusters in Colombia and El Salvador. Final report.** Documento en línea. Disponible: http://ibrarian.net/navon/paper/Competitiveness_Promotion_and_Clusters.pdf?paperid=21636873. Consulta: 2015, Noviembre 11.
- Gallo, German. (2008). **La responsabilidad social empresaria. Hacia un modelo de gestión sostenible y responsable.** Documento en línea. Disponible: <http://www.cigob.org.ar/Documentos/RSE%20Fomentar%20y%20Contribuir.pdf>. Consulta: 2011, Marzo 9.
- García, Maximiliano. (2008). Las determinantes de la competitividad nacional. Análisis y reflexiones a partir de un marco teórico conceptual. **Temas de ciencia y tecnológica**, Vol.12, (36), 12-24.
- García-Perdiguero, Tomás (2003). **La Responsabilidad Social de las Empresas en un Mundo Global.** Documento en línea. Disponible: <http://www.observatorio-rse.org.es/Publicaciones/metodologiarse2006.pdf>. Consulta: 2010, Marzo 2.
- García-Perdiguero, Tomás y García, Andrés. (2005). Introducción. Crecimiento, competitividad y responsabilidad: la encrucijada europea. En T. Perdiguero y A. García (eds.). **La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial.** (pp.11-43). Publicaciones Universidad de Valencia – Imprenta Palacios, S.L., España.
- Gutiérrez, Alejandro (2010). **El Capitalismo Rentístico y el Sistema Alimentario Venezolano (SAV).** Artículo en línea. Disponible: http://www.scielo.org.ve/scielo.php?pid=S1316-03542010000100008&script=sci_arttext&tlng=pt. Consulta: 2015, Abril 25
- Instituto Ethos (2004). **O compromisso das Empresas com as Metas do Milenio.** Autor, Sao Pablo.
- Leal, José (2005). **Ecoeficiencia: Marco de análisis, indicadores y experiencias.** Documento en línea. Disponible: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/7/22987/105.pdf>. Consulta: 2010, Julio 27.
- Malagón, Víctor (2009). **Ética y responsabilidad: el nuevo reto de generación de valor en las organizaciones.** Documento en línea. Disponible: <http://www.hacer.org/pdf/Malagon001.pdf>. Consulta: 2011, Febrero 15.
- Martínez, Jorge. (2006). Definiendo competitividad. En Comisión Económica para América Latina y el Caribe (comp.). **Taller de bases de datos de comercio y de instrumentos para medir la competitividad. Guatemala.** Documento en línea. Disponible: <http://www.eclac.cl/mexico/capacidadescomerciales/>. Consulta: 2015, Diciembre 12.

- Méndez, Charo. (2000). **Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela Durante el Siglo XX**. Documento en línea. Disponible: <http://200.44.34.251/archivos/1006/Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20en%20Venezuela.pdf>. Consulta: 2010, Marzo 2.
- Porter, Michael. (1991). **La ventaja competitiva de las naciones**. Editorial Vergara, Buenos Aires.
- Porter, Michael. (2007). **La ventaja competitiva de las naciones**. Harvard Business Review, Vol. 85, (11), 69-95.
- Porter, Michael y Kramer, Mark (2011). **La creación de valor compartido**. Harvard Business Review, Vol. 89, (1), 32-49.
- Toro Hardy, José. (2009). **La Crisis Global y el Modelo de Desarrollo de Venezuela**. Artículo en línea. Disponible: <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/caracas/08785.pdf>. Consulta: 2015, Abril 25.