



Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela: Iniciativas que salvan vidas

Fernanda Gonçalves de Molina (*)

No existe todavía una definición universalmente aceptada sobre lo que expresa Responsabilidad Social Empresarial. Muchos coinciden, eso sí, en que es un concepto en desarrollo que por su misma naturaleza es dinámico, variable en el tiempo y responde a las cambiantes expectativas de los accionistas o stakeholders.

Lo cierto es que la RSE es un instrumento para la sostenibilidad y, en Venezuela en particular, país con ingentes ingresos petroleros que contrastan con el cada vez más obscuro número de personas en extrema pobreza, representa la oportunidad para los empresarios de demostrar que sensibilidad social y generación de riqueza no están reñidas entre sí. Y, por qué no, para allanar el camino para continuar haciendo negocios. [\(1\)](#)

Pese a que Venezuela fue uno de los primeros países latinoamericanos en aplicar esta filosofía, en los últimos años se ha quedado rezagada en comparación con los programas emprendidos en otras latitudes de este mismo hemisferio. Pero -con todo- los beneficios de la RSE en este país son tan incuestionables como tangibles para una vasta cantidad de sectores que, de no ser por la iniciativa privada, estaría sumida en la más ofensiva miseria.

Desde la óptica de las naciones más desarrolladas, cada vez más empresas y ejecutivos se comprometen con la responsabilidad social conscientes de que sus operaciones contribuyen a moldear la sociedad que los rodea, y que deben hacer algo para que estos impactos sean positivos y contribuyan a construir una sociedad mejor y más sustentable.

Visto así, todo ejecutivo debería saber que ya no es suficiente conquistar la tradicional misión corporativa de maximizar las utilidades de los accionistas. Si esas utilidades se obtienen a costa de malas prácticas laborales, degradación del medioambiente o procedimientos éticos cuestionables, entonces el sacrificio no habrá valido la pena.

El profesor de las universidades venezolanas Católica Andrés Bello y Metropolitana, y experto en materia de responsabilidad social empresarial, Víctor Guédez, expresa que “las empresas competitivas han comprendido que no pueden lograr el posicionamiento de sus productos y servicios sin una buena reputación. Actualmente, el 40 por ciento de la competitividad de las empresas depende de la reputación, y 36 por ciento de esa reputación depende de su ética y responsabilidad social”. (2)

Pero en Venezuela no todas las empresas están ganadas a esta filosofía, aún cuando entienden que mejora la percepción del público sobre su desempeño. Las que decidieron alinearse y trabajar en conjunto por la sostenibilidad han sido, para fortuna de los más desposeídos, tremendamente exitosas por su capacidad para generar un efecto multiplicador en la sociedad.



En su edición 244 de este año, la revista Gerente -editada en Venezuela- publicó un reportaje especial sobre las 44 compañías más reconocidas en el país por sus programas de acción social. Reconoce que un elemento común entre muchas de las empresas que aparecen en la lista “es la decisión de llevar lo mejor de su gerencia a los programas de apoyo social”.

Un estudio realizado por Alianza Social de la Cámara Venezolano-Americana de Comercio e Industria (VenAmCham) denominado *Compromiso y Responsabilidad Social de la empresa privada en Venezuela* y en el cual se involucraron 71 empresas, revela que las formas más

utilizadas para hacer RSE en el país son el financiamiento de proyectos a través de organizaciones de desarrollo social; el desarrollo de obras sociales en las fundaciones empresariales; la implementación de programas con personal especializado dentro de la compañía; proyectos en convenio directo con la comunidad, en alianza tripartita (empresa-sociedad civil-gobierno); y programas que se desarrollan a través de las iglesias. Las prioridades de las organizaciones en temas de desarrollo sostenible son educación, salud, economía local, fortalecimiento institucional, alimentación y nutrición.

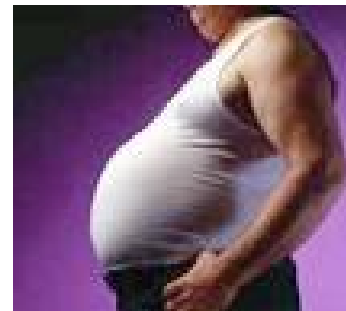
Los principios y pilares que guían estas iniciativas sociales siguen el camino surcado por el Banco Mundial para generar valor monetario a los accionistas y, a la vez, proporcionar valor social y ambiental. Esas tres dimensiones de sostenibilidad -económica, ambiental y social- sustentan el reporte del triple bottom line y, si se implementan correctamente, ofrecen información que permite a otros evaluar cuán sostenibles son las operaciones de una organización o comunidad. [\(3\)](#)

La idea central sostiene que para que una organización sea sostenible debe ser segura en términos financieros, debe minimizar sus impactos ambientales negativos, y debe actuar conforme a las expectativas de la sociedad. Es obvio que estos tres factores están interrelacionados.

He ahí el dilema

Como ocurre en Brasil, muy pocos ejecutivos y empresarios en Venezuela dudan del valor que la RSE tiene para el futuro de sus empresas. Pero muchos se sienten en una disyuntiva: si comunican sus logros en temas sociales, medioambientales u otros, corren el potencial riesgo de que se les califique esa difusión de marketing social. Si deciden no informar sus políticas sociales, sufren bajo la sospecha de no tener ninguna acción en desarrollo o, peor aún, de estar ocultando algo. [\(4\)](#)

Una alternativa frente a este dilema, como comprobaron las multinacionales brasileñas, es publicar balances sociales, instrumento estratégico que permite evaluar y multiplicar el ejercicio de la responsabilidad social y corporativa. Esta práctica fue adoptada por Empresas Polar, primera en la lista de las más empresas reconocidas en Venezuela (publicada por la revista Gerente) y cuyo brazo social -Fundación Empresas Polar- suma tres décadas de trabajo en desarrollo comunitario, educación y salud.



A la Fundación Empresas Polar el balance social le ha facilitado responder con mayor éxito a las expectativas de la comunidad desarrollando inversiones en salud orientadas a cooperar con instituciones encargadas de fomentar campañas informativas y de asistencia ante enfermedades que impactan a la población, especialmente las cardiovasculares y el cáncer. La institución también ha creado núcleos especializados en nutrición en barriadas y sectores populares.

Y aunque Biggot no figuró este año entre las empresas más admiradas, es definitivamente una de las que mejor resultado ha obtenido en Venezuela al aplicar el balance social. Su

asertividad le ha permitido -además de medir su desempeño social y ambiental- conocer de forma clara cuáles son los temas de mayor interés relacionados con la organización, satisfacer la creciente demanda de transparencia y perfeccionar el proceso de toma de decisiones de la empresa.

Por operar en un sector tan controversial como el tabacalero, a su responsabilidad corporativa se suma el interés por buscar consensos, tender puentes de entendimiento y acercarse a la comunidad que la circunda. Desde 1961, creó la Fundación Bigott, institución que se ha enfocado en promocionar y difundir la cultura popular venezolana; fomentar la capacitación y desarrollo mediante el Programa Nacional de Aprendizaje del Instituto Nacional de Cooperación Educativa (INCE); y ejecutar un cuidadoso manejo del ambiente para controlar el impacto que sus procesos industriales puedan ocasionar. (5)

Del primer impulso a las experiencias positivas

Ítalo Pizzolante Negrón, presidente del consejo consultivo de Pizzolante Comunicación Estratégica, cree que la industria petrolera pudiera haber dado ese primer gran impulso a la RSE en Venezuela cuando, a través de esa conciencia colectiva ya desarrollada en el exterior, comenzaron a efectuarse actividades que beneficiaban a los habitantes de las zonas aledañas a las operaciones. Aún para la época -asegura Pizzolante Negrón- no se hablaba de RSE aunque es innegable que ya se estaba en presencia de ella. (6)



Desde entonces, el foco de la RSE en Venezuela se ha mantenido en su contenido moral, lo ético de la actuación dentro de lo social y la relación de la empresa con la sociedad ante la grave situación de deterioro y conflictividad que vive la población como mercado y vecinos de las operaciones empresariales.

De hecho, una de las iniciativas con mayor resonancia en Venezuela y reconocimiento en el mundo es el Proyecto Alcatraz emprendido por Ron Santa Teresa, empresa que ocupó la posición 24 de 44 compañías listadas entre las más apreciadas en el país.

Se trata de un programa que rescata a jóvenes con problemas de conducta y los conduce a la reinserción social, a través de la red de madres que ha fortalecido el desarrollo educativo formal de los jóvenes. Esta iniciativa logró importantes alianzas con instituciones nacionales como la Escuela de Arte de La Victoria, el Ministerio de Interior y Justicia, y el Centro Euro Venezolano de Desarrollo Gerencial. [\(7\)](#)

Si bien el camino en RSE está a medio andar en Venezuela, es indudable que la conciencia social ha despertado. O como describe Pizzolante: “ahora es cuestión de que las empresas comprendan que, si se quieren hacer sustentables, su misión es una sola: crear bienestar a través de una sincera sensibilidad por las inquietudes de la comunidad y el país”.

Referencias

(1) Revista Dinero - RSE es un instrumento para la sostenibilidad

<http://www.dinero.com.ve/197/portada/informe.html>

(2) Revista Gerente - Las más admiradas

http://www.gerente.com/revistas/gerente/0408/venezuela/portada1_0408.html

(3) VenAmCham

http://www.venamcham.org/premio/for_mireya.pdf

(4) Harvard Business Review

<http://www.hbrl.com>

(5) Bigott

<http://www.bigott.com.ve>

(6) Pizzolante Comunicación Estratégica

<http://www.pizzolante.com>

(7) Video testimonial del Proyecto Alcatraz - Ron Santa Teresa

<http://es.youtube.com/watch?v=ZwP0MzcKRZE&NR=1>

(*) Fernanda Gonçalves de Molina es comunicadora social egresada de la Universidad del Zulia en Venezuela. Realizó una especialización en Gerencia Pública en la Universidad Gran Mariscal de Ayacucho en ese mismo país, y una maestría en Dirección Comercial y Marketing en el Instituto de Estudios Bursátiles, adscrito a la Universidad Complutense de Madrid, en España, donde ocupó la primera posición de la promoción.