



Incidencia de la responsabilidad social empresarial en las medianas industrias marroquineras de la ciudad de Cúcuta

Incidence of corporate social responsibility in the medium moroccan industries of the city of Cucuta

Jorge Enrique Maldonado Pinto

Ph.D. Educación, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, jmaldonadocucuta@hotmail.com, Cúcuta-Colombia.

Yesika Lorena Antólinez Castellanos

Primer Líder del Semillero Creatividad e Innovación Cunista, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, Cúcuta-Colombia.

Mónica Villamizar Ortega

Segundo Líder del Semillero Creatividad e Innovación Cunista, Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN, Cúcuta-Colombia.



Revista Mundo FESC, 12, Julio- Diciembre 2016.
ISSN: 2216-0353, E-ISSN: 2216-0388

Recibido: 28 feb 2016

Aceptado: 2 may 2016

Forma de citar: Maldonado, J.E., Antólinez, Y.L. y Villamizar, M. (2016). Incidencia de la responsabilidad social empresarial en las medianas industrias marroquineras de la ciudad de Cúcuta.. *Mundo Fesc*, 12, 42- 51.

Resumen

El presente trabajo de investigación, está orientado al estudio de la RSE en las medianas industrias marroquineras, tema un tanto desconocido para algunos empresarios, el conocimiento y aplicación de esta cultura en las industrias es el compromiso de la empresa para con la comunidad; es la retribución de las organizaciones con respecto a la contaminación, sobreexplotación de los recursos y aprovechamiento del medio ambiente. La investigación se realiza para identificar y obtener información de primera mano sobre conocimiento y manejo que éstas tienen sobre el tema, para así permitir perfeccionar la filosofía e incluirlos para su diario funcionamiento. Es importante esta investigación a la contribución al desarrollo económico y social de la ciudad, de esta forma, se está dejando un precedente para las futuras investigaciones y el cumplimiento a la normatividad de la RSE para las PYMES del sector marroquiner en la ciudad de Cúcuta.

Palabras clave: incidencia, responsabilidad social empresarial, medianas empresas marroquineras, Cúcuta.

Abstract

This research work is oriented to the study of CSR in medium marroquineras industries, subject somewhat unknown to some entrepreneurs, knowledge and application of this culture industries is the company commitment to the community; is the reward of organizations with respect to pollution, overexploitation of resources and utilization of the environment. Research is conducted to identify and obtain information first-hand knowledge and management that they have on the subject, thus allowing philosophy and include them perfect for daily operation. It is important this research to the contribution to economic and social development of the city, thus, is leaving a precedent for future investigations and compliance with the regulations of CSR for SMEs in the leather goods sector in the city of Cucuta.

Keywords: advocacy, corporate social responsibility, marroquineras, medium enterprises, Cucuta.

1. Introducción

Las prácticas de RSE corresponden a uno de los componentes de la cultura empresarial que permite además que se vinculen una serie de costumbres y comportamientos de las diferentes organizaciones en cuanto a su actuar hacia los grupos de interés, donde no solo intervienen los socios o propietarios, los trabajadores, los clientes, el medio ambiente, sino la comunidad en general. Entiéndase por RSE, según la Comisión de las Comunidades Europeas. (2001), “es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”... “Ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo “más” en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores”, (p. 38).

El analizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como una importante dimensión de la ética empresarial dentro de la actual sociedad del conocimiento. La obra de Drucker (1996), como padre intelectual de la gerencia moderna es tomada en cuenta para delimitar la RSE como resultado final de las actuaciones especializadas de empresarios, trabajadores del conocimiento y gerentes. El documento sintetiza y clasifica los principales principios y valores que enmarcan la RSE. Según Canesa y García (2005), Drucker (1996) complementa este punto de vista afirmando que “cada organización debe asumir la plena responsabilidad por el efecto que tenga en sus empleados, en el entorno, en los clientes y en cualquier persona o cosa que toque. Eso es responsabilidad social”, (p. 13).

Empíricamente la incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el éxito competitivo de las empresas incorpora la innovación como variable mediadora de la relación con un efecto parcial pero con resul-

tados positivos significativos y el sector empresarial como variable de control descartando su efecto moderador.

Según Freeman (1984), la responsabilidad social de una empresa consiste en generar las condiciones que permitan alcanzar el bien común de los individuos y grupos con los cuales tiene una relación recíproca.

R. Edward Freeman	
1984	
La Teoría de los Stakeholders o de los Grupos de Interés (libro Strategic Management: A Stakeholders Approach).	
“cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa”	
Grupos de Intereses Internos	Grupos de Intereses Externos
Empleados, Trabajadores, Propietarios, Directores y Accionistas.	Proveedores, Clientes, Estado, Comunidad y Competidores.

Fuente: los autores.

La evolución de la investigación en Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Aporta a la concepción de la RSE como un campo de estudio dentro de la disciplina de la administración (management) y apoya la proposición de una evolución “progresiva” del campo orientada por la racionalidad experimental.

El resultado más visible de la nueva política pública de impulso de la RSE fue la creación de

tres espacios de diálogo (Subcomisión Parlamentaria, Foro de Expertos y Mesa de Diálogo Social) que congregaron a empresas, organizaciones empresariales y sindicales, expertos, medios de comunicación, académicos y organizaciones sociales, junto con administraciones públicas, con el fin de suministrar al gobierno pautas concretas para la promoción y difusión de las prácticas de RSE en las empresas.

Muchos gobiernos europeos han empezado a desarrollar y a diseñar acciones y políticas gubernamentales en el marco de la RSE. En general, los gobiernos no han adoptado políticas de obligatoriedad de la RSE, sino que han potenciado la dinamización, la facilitación de políticas que favorezcan la RSE, el desarrollo de estándares y las prácticas de información que promuevan la RSE y la creación de espacios de diálogo. En estos roles, los gobiernos y las administraciones públicas tienen un papel fundamental, difícilmente sustituible.

Lo determinado en el estatus jurídico de la Responsabilidad Social Empresarial, especialmente desde las categorías de hard y soft law. Ello con el propósito adicional de revisar las principales disposiciones proyectadas con ánimo normativo en este caso, inicialmente a raíz del contexto internacional, como método para la confirmación de la posición establecida y como estructura para la revisión del tema pasando por las órbitas constitucional, jurisprudencial y legislativa en sede del territorio colombiano.

2. Materiales y métodos

Para el desarrollo de este estudio se seleccionó un *Enfoque de Investigación Cuantitativo*, el cual solo busca la medición, averiguación, verificación y comprobación de datos numéricos y representación estadística de los hechos estudiados. Para Fernández, Hernández y Baptista (2007), el enfoque cuantitativo se debe a la recolección, procesamiento y análisis de datos.

El tipo de investigación seleccionado para el desarrollo de este estudio es *Descriptivo*, porque solo busca narrar, detallar o describir características, elementos y propiedades del objeto de estudio. Según Cerda (2002), en su libro *Elementos de la Investigación*, conceptúa: "Una de las funciones principales del método descriptivo es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio y su descripción detallada dentro del marco conceptual de referencia"

El método a utilizar es el *Deductivo*, porque se parte de lo general a lo particular. Se toma una teoría "El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión se halla implícita dentro las premisas. Esto quiere decir, que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas: cuando las premisas resultan verdaderas, por lo tanto su racionamiento es verdadero", es deductivo porque se toma como teoría principal la de Prebisch (1950), teoría de la dependencia; más que la ciudad de San José de Cúcuta, Departamento Norte de Santander, Colombia se encuentra ubicada en la zona fronteriza con el Estado Táchira de la República Bolivariana de Venezuela, la cual ha dependido durante muchos años de los vaivenes de la economía del vecino país. Para Maldonado, (2011), "el método deductivo consiste en ir de lo general a lo particular. Se toma como fundamento las teorías ya conocidas y se trata de aplicarlas a los casos, objeto de estudio", (p.40).

Nuestra población y muestra son todas las medianas industrias marroquinerías de la ciudad de San José de Cúcuta. Las técnicas de recolección de información fueron la encuesta y la observación directa de los grupos de interés o stakeholders que afectan o se ven afectados en el entorno empresarial. "El término agrupa a trabajadores, organizaciones sociales, accionistas y proveedores, entre muchos otros actores clave que se ven afectados por las decisiones de una empresa. Generar

confianza con estos es fundamental para el desarrollo de una organización". Según Urroz (2010). Los stakeholders son todos los grupos que se pueden ver afectados por la decisión de una empresa. Stakeholder significa en español: "participante", "inversor", "accionista". Y es que desde el punto de vista empresarial, este concepto se utiliza para referirse a los grupos de interés para una empresa".

Tabulación y graficas de los resultados de medición cuantitativa, a través del programa EXCEL. Identificación y análisis de los grupos de interés o stakeholders a través de un informe descriptivo de la situación actual.

3. Resultados

Tabla 1.

¿La empresa realiza programas de integración familiar para sus trabajadores?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	20
Casi siempre	20
Algunas veces	20
Casi nunca	0
Nunca	40
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 2.

¿La empresa hace actividades de inducción y de capacitación entre los trabajadores?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	40
Casi siempre	20
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	40
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 3.

¿La empresa promueve al personal la importancia de la naturaleza para el bienestar humano?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	40
Casi siempre	20
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	40
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 4.

¿La empresa hace programas de bienestar social para las familias de los trabajadores?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	20
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	80
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 5.

¿Los accionistas al final de cada año reciben dividendos equitativos de acuerdo a la inversión que hayan hecho en la empresa?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	60
Casi siempre	20
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	20
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 6.

¿Los accionistas en la asamblea general proponen políticas de responsabilidad social empresarial?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	60
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	40
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 7.

¿Los accionistas hacen registros y controles de costos por contaminación ambiental?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	40
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	60
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 8.

¿Los accionistas se manifiestan o participan de alguna forma en la solución de problemas que afecten al medio ambiente?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	20
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	80
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 9.

¿La empresa le ha cumplido con el pago de las debidas facturas oportunamente?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	80
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	20
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 10.

¿Se estimula a los proveedores con prácticas responsables?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	80
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	20
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 11.

¿Se ve comprometida a la empresa con el bienestar social de sus clientes?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	80
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	20
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 12.

¿Los clientes se encuentran satisfechos con la variedad de productos?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	100
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	0
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 15.

¿La empresa cancela oportunamente los impuestos?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	100
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	0
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 13.

¿Los clientes se encuentran complacidos con la calidad de los productos?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	100
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	0
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 16.

¿La empresa cumple con la reglamentación de la RSE impuesta por el Estado?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	80
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	20
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 14.

¿La empresa cuenta con planes de accesibilidad de personal y/o clientes con discapacidad?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	40
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	60
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 17.

¿La empresa contamina auditivamente la comunidad?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	0
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	100
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 18.
¿La empresa contamina el aire de su entorno?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	0
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	100
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 21.
¿La empresa contamina visualmente a su entorno?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	0
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	100
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 19.
¿La empresa contribuye con programas culturales y sociales con la sociedad?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	20
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	80
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 22.
¿La empresa contamina campos con residuos industriales las cuencas hidrográficas?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	0
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	100
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 20.
¿La empresa atenta contra la movilidad vehicular de su entorno?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	0
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	100
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 23.
¿La empresa practica comportamientos éticos con la competencia?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	40
Casi siempre	0
Algunas veces	20
Casi nunca	0
Nunca	40
Total	100

Fuente: los autores.

Tabla 24.
¿La empresa exige mejoras de RSE a la competencia?

Respuestas	% (Porcentaje)
Siempre	40
Casi siempre	0
Algunas veces	0
Casi nunca	0
Nunca	60
Total	100

Fuente: los autores.

De la encuesta realizada en el año 2016 de la ciudad de san José de Cúcuta, Colombia arrojó los siguientes resultados relevantes e importantes:

La mayor parte de las empresas encuestadas realizan programas de integración familiar hacia las familias de sus trabajadores dando un total del 60% y a su vez un 40% nunca realiza programas de integración.

Las actividades de inducción y capacitación son tenidas en cuenta en un 60% de las empresas, pues bien sabemos que estos en marcan el inicio de una relación exitosa, tanto en el ámbito del trabajador y empleador a su vez su productividad y competitividad. Relativamente la mayoría de las empresas hace actividades de inducción y capacitación.

En cuanto a la importancia de la naturaleza para el bienestar humano nos muestra que en un 60% siempre y casi siempre las empresas promueven al personal el capital natural que es la base para el bienestar humano.

Con relación al 60% de las empresas del sector industrial de la marroquinería, muestra que los accionistas no elaboran registros y controles de costos por contaminación am-

biental, mientras un 40% si los realiza. En lo respecta a la participación de la solución de problemas que afectan al medio ambiente un 80% no cumplen con la prevención y mitigación de los problemas que acarrear a la contaminación del medio ambiente.

Con referencia al bienestar social de los clientes, en un 80% las empresas están comprometidas con la satisfacción del cliente, mientras que un 20% nunca se preocupa o pasa por alto.

En lo que respecta a los clientes el 100% se encuentran satisfechos y complacidos con la calidad y variedad de los productos ofrecidos por las industrias. El 40% de las empresas cuentan con un plan de accesibilidad al personal y/o clientes con discapacidad, en su mayoría no lo han implementado correspondiendo a un 60% del total de los encuestados.

En cuanto al cumplimiento de los impuestos el 100% siempre cancela oportunamente, un 80% siempre cumple con la reglamentación de la RSE impuesta por el estado y el otro 20% restante nunca.

Las industrias marroquinerías en un 100% no contaminan audio-visualmente el entorno de la comunidad, el aire y las cuencas hidrográficas no son contaminadas. La contribución a programas culturales y sociales con la sociedad solo es tenida en cuenta por un 20% de los encuestados, dando así un 80% de las empresas no apoyan en dichos programas.

La práctica de comportamientos éticos con la competencia se realiza siempre en un 40% por las empresas, algunas veces un 20% y finalmente el 40% nunca. El exigir mejoras de RSE a la competencia es algo que a las empresas nunca le han tomado importancia dando una marca significativa del 60%, y un 40% se preocupa por esta práctica.

4. Conclusiones

La interpretación anterior a los resultados presentados permite concluir que las industrias marroquineras involuntariamente poco practican la RSE, debido a la carencia de conocimientos, herramientas y capacitaciones de esta cultura, siendo este tema el compromiso de la empresa para con la sociedad.

Una vez analizado el estudio por medio de la encuesta aplicada según la teoría de los stakeholders o grupos de interés, se observó que las industrias se preocupan en cuanto a la calidad y bienestar de sus clientes, pero hay un descuido en el bienestar social de los trabajadores, la falta de valoración, solución de problemas y controles por costos de contaminación ambiental con llevan a la poca contribución de la responsabilidad social ambiental.

Para terminar es necesario diseñar una herramienta que evalúe el programa de RSE y a su vez generar un documento que sirva como punto de partida para evaluar los factores por los cuales algunas empresas no implementan la RSE.

Es importante resaltar que la industria marroquina en la ciudad de San José de Cúcuta, tiende a desaparecer, dado las pocas empresas de este sector que todavía subsisten, producto del cierre fronterizo declarado unilateralmente por el Gobierno del Presidente Nicolás Maduro de la República Bolivariana de Venezuela.

5. Referencias

- Canesa, G. y García, E. (2005). *El ABC de la Responsabilidad Social en Perú y el mundo*. Lima: Perú 2021, p. 13.
- Cerda, H. (2002). *Elementos de la Investigación*. Bogotá D. C.: Editorial Buho.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la RS de las empresas*. Bruselas: Documento COM (2001) 366 Final, 18 de Julio de 2001, pp. 38.
- Drucker, P. (1996). *La gestión en tiempos de grandes cambios*. Ediciones Gestión 2000 S.A. p. 83.
- Fernández, C., Hernández, R. y Baptista, P. (2007). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Mc. Graw Hill, p. 5.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: a Stakeholders Approach*. Boston MA: Pitman.
- Maldonado, P.J. (2011). *Orientaciones Metodológicas de la Investigación. Diseño del proceso investigativo en las Ciencias Sociales*. Colombia, Cúcuta: Editorial Universidad Libre, p. 40.
- Prebisch, R. (1950). *El Método Deductivo*. Recuperado de <http://definicion.de/metodo-deductivo/>
- Urroz, F. (2010). ¿Qué son los Stakeholders?. Recuperado de <https://www.guioteca.com/rse/que-son-los-stakeholders/>