



DIMENSIÓN INTERNA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS SUPERMERCADOS DEL MUNICIPIO AUTÓNOMO MARACAIBO

Recibido: 26/06/2014 Aceptado: 01/08/2014

Soler, Maribely

URBE – Universidad Privada Dr. Rafael Bellosó Chacín, Venezuela
msoler@urbe.edu.ve

RESUMEN

El propósito de esta investigación fue describir la dimensión interna de la responsabilidad social en los supermercados del municipio autónomo Maracaibo. Para la fundamentación teórica se consultaron autores como Urcelay (2007), Chinchilla (2007), Morros y Vidal (2007), Carneiro (2004) y Ruiz (2007). El tipo de investigación fue descriptiva, el diseño de la misma fue no experimental, transeccional, de campo. El universo estuvo conformado por los supermercados del municipio autónomo Maracaibo, específicamente en la parroquia Juana de Ávila, quedando estructurado de la siguiente manera: De Candido, ENNE, Centro 99, y Supermart. La población estuvo constituida por cuatro (4) gerentes de mercadeo y 227 empleados. Para recolectar los datos se utilizaron 2 cuestionarios que quedaron conformados por 88 ítems el primero y 74 ítems el segundo, ambos con varias alternativas de respuesta: siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca; los mismos fueron validados por cinco (5) expertos; la confiabilidad fue de 0.92 y 0.99 y se calculó a través de la fórmula Alpha de Cronbach. Los resultados de la investigación permitieron concluir que los supermercados cumplen constantemente con la dimensión interna de la responsabilidad social de manera efectiva pues invierten en el desarrollo tanto profesional como personal, la salud y seguridad del capital humano, gestionan con frecuencia los cambios, y gestionan su impacto ambiental.

Palabras clave: responsabilidad social corporativa, capital humano, dimensión interna, supermercados.

INTERNAL DIMENSION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSABILITY IN SUPERMARKETS LOCATED AT THE MUNICIPALITY OF MARACAIBO

ABSTRACT

The purpose of this research was to describe the internal dimension of social responsibility in supermarkets located in the municipality of Maracaibo. Authors like Urcelay (2007), Chinchilla (2007), Morros and Vidal (2007), Carneiro (2004) and Ruiz (2007) were consulted. The research was descriptive; the design itself was not experimental, transactional, field type. The universe consisted of independent supermarkets Maracaibo, specifically in the Juana de Ávila parish, being structured as follows: De Candido, ENNE, Centre 99 and Supermart. The population consisted of four (4) marketing managers and 227 employees. To collect the data were comprised of 88 items and 74 items the first to the second, both with several possible answers were used: always, often, sometimes, hardly ever and ever; these were validated by five (5) experts; reliability was 0.92 and 0.99



and was calculated through Cronbach Alpha formula. The results of the investigation led to the conclusion that supermarkets constantly meet the internal dimension of CSR effectively as they invest in the development of both professional and personal, health and safety of human capital, manage changes frequently, and manage their environmental impact.

Key words: social responsibility, internal dimension, supermarkets.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, la responsabilidad social se ha convertido en un modelo de gestión empresarial, en donde se toma consideración por un lado los grupos de interés (clientes, consumidores, proveedores, socios comerciales, empleados, accionistas), y por otro, las implicaciones sociales y económicas así como las medioambientales, pues se está dando cada vez más importancia a las actuaciones responsables por parte de las empresas, pero al mismo tiempo se está originando un gran interés por los impactos medioambientales y sociales que las mismas tienen en la sociedad.

La responsabilidad social es esencialmente un modelo de gestión empresarial en donde las organizaciones deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medioambiente más limpio. Se basa en la idea de que el funcionamiento de estas debe evaluarse teniendo en cuenta su contribución combinada a la prosperidad económica, la calidad del medio ambiente y el bienestar de la sociedad en la que opera. En este sentido, la responsabilidad social está conformada por dos dimensiones, la interna, en la cual la empresa debe gestionar y potenciar su capital humano, brindar ambientes laborales sanos y seguros a sus trabajadores, adaptarse a los cambios y gestionar correctamente los recursos naturales; la externa, hacerle frente a la sociedad en general.

Por lo tanto, antes de emprender cualquier acción externa de responsabilidad social es importante que se comience por la casa, es decir, por lo interno; esta dimensión cumple un rol importante dentro del modelo de gestión empresarial porque permite tener un capital humano capacitado, motivado así como satisfecho, elevándose de esta manera la productividad de la organización. Asimismo, ayuda a mejorar del desempeño ambiental de la empresa con base en un enfoque de prevención que maximice el uso de insumos así como recursos naturales.

Es por ello que, la presente investigación tiene como propósito describir la dimensión interna de la responsabilidad social en los supermercados del municipio autónomo Maracaibo ofreciéndole así al público interno (empleados y gerentes) la oportunidad de expresar si la empresa gestiona de forma correcta el capital humano, si existe salud y seguridad en las áreas de trabajo, si se adaptan a los cambios y finalmente si gestionan el impacto ambiental y los recursos naturales.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

DIMENSION INTERNA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Según el Manual de Responsabilidad Social empresarial para PYMES (2006), esta dimensión se refiere al desempeño de la empresa en relación con sus empleados, por lo tanto, es una dimensión comprendida por distintos ámbitos, puesto que la forma como se configura este tipo de relación marca en gran medida su funcionamiento, dotando de sentido la relación y conformando un tipo de cultura distintivo. El eje central de esta dimensión es potenciar el crecimiento del capital humano, entendiendo por este concepto “el grado de desarrollo de capacidades humanas básicas, como puede ser el nivel de educación alcanzado por un individuo, el goce de una buena salud, sus valores, entre otros”.

Seguidamente, Urcelay (2007) resalta que no se puede empezar la casa por el tejado. La auténtica Responsabilidad Social se practica primero internamente con los propios empleados a través de unas políticas de capital humano coherentes con los principios de la imagen pública de la Responsabilidad Social. Solo así se puede crear una necesaria ecología humana, en donde cada persona se sienta valorada por lo que es y por lo que representa y, así, comparta como propia misión de la Responsabilidad Social.

Desde la perspectiva de Balteras y Díaz (2005), las acciones responsables internas corresponden al ámbito de las relaciones laborales y prácticas gerenciales, comprendiendo el cumplimiento de las obligaciones legales con los trabajadores; más aún, con un esfuerzo adicional de inversión en la gente. En este aspecto, la responsabilidad social apunta a favorecer el desarrollo tanto profesional como personal de sus trabajadores, a posibilitar su acceso a la información o decisiones para mejorar las condiciones de trabajo tanto físicas como contractuales.

Por último, El Libro Verde en su última edición, plantea que las prácticas empresariales responsables en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores, estas se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud y la seguridad, así como a la gestión del cambio, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción (Organización de Estados Americanos, 2001).

Entonces, se define la dimensión interna de la responsabilidad social como la forma en que las organizaciones potencian el crecimiento de su capital humano, mediante el desarrollo tanto personal como profesional, lugares de trabajos seguros y saludables, gestiones efectivas antes los cambios del mercado, así como también la posibilidad al acceso de la información que les permita sus condiciones tanto físicas como contractuales.

GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

Según Carneiro (2004), las iniciativas puestas en marcha sobre la responsabilidad social empresarial interna convergen en el interés por el recurso humano organizativo,



entendido este como el más importante en la era del conocimiento y la información. Plantear normas de actuación responsables con el capital humano es la lógica de la consecuencia de querer llevar a cabo prácticas convenientes con el personal, estando con ello en sintonía con las orientaciones que rigen en el conjunto de la sociedad.

Para Quintanilla (2003), la gestión del capital humano significa tener en cuenta las necesidades que la empresa tiene tanto para su mantenimiento actual como para su crecimiento futuro; es decir, cuál es su capital humano y cuál su potencial de desarrollo. Esto se trata de informar en cuanto a las preguntas que los empleados podrían formular en lo concerniente a su trabajo así como las condiciones para su realización.

Las respuestas constituyen, sus razones, pues son la expresión tanto de sus necesidades, deseos y de su proyecto profesional. De ello depende en buena parte su bienestar, así como de la calidad de vida, en gran medida subordinados a su trabajo en la empresa en la donde lo realizan. Por ejemplo:

- a) ¿Conoce la empresa y sus directivos el potencial humano con el que cuentan?
- b) ¿Disponen de programas de desarrollo profesional?
- c) ¿Qué sistema o sistemas de selección utilizan?
- d) ¿Hay planes de formación?
- e) ¿Se considera la satisfacción laboral de los trabajadores?
- f) ¿Qué se hace para mejorarla?
- g) ¿Cómo se motiva al personal?
- h) ¿Cómo se mide la productividad?
- i) ¿Qué se hace cuando un trabajador tiene un desempeño de trabajo ineficiente?
- j) ¿Cuál es la estrategia directiva en el ámbito de los recursos humanos?
- k) ¿Cómo se controla el rendimiento?
- l) ¿Existen programas de comunicación interna?
- m) ¿Existen programas de auditorías del capital humano?
- n) ¿Aplican técnicas de enriquecimiento del trabajo y las tareas?

Por consiguiente, las empresas deben promover la humanización laboral, por medio de la satisfacción de las demandas laborales, propiciando una cultura o contexto social, capaz de promover tanto el crecimiento personal como profesional de los empleados, puesto que, su satisfacción, su grado de motivación y su rendimiento laboral dependerá en gran manera del diseño de las planes de formación, los sistemas de acceso a los

mismos, los salarios, las prestaciones, las normas para el desarrollo profesional, los sistemas para evaluar su rendimiento, entre otros.

Dentro de este marco referencial, según la Organización de Estados Americanos (Libro Verde, 2001), uno de los desafíos más significativos a los que se enfrentan las compañías es atraer a trabajadores competentes y lograr que permanezcan a su servicio, proponiendo una serie de medidas cuya efectividad ya ha sido comprobada por muchos directores de recursos humanos en las empresas a lo largo de varios años:

- a) Formación continua y de calidad.
- b) Compromiso de los trabajadores con la empresa, de manera que se hagan partícipes de los objetivos estratégicos de la misma, en la medida en que lo permita su posición.
- c) Salud y seguridad en el puesto de trabajo.
- d) Clara definición de responsabilidades y puestos de trabajo.
- e) Importancia de la familia y el ocio.
- f) Conciliación de la vida familiar y laboral.
- g) No discriminación, ni en cuanto a retribución ni en cuanto a perspectivas profesionales.
- h) Participación en beneficios o accionariado.
- i) Capacidad de inserción profesional.

Por lo tanto, la gestión del capital humano es un mecanismo fundamental el cual viene dado por la planificación, la formación, selección, la supervisión, el control, la evaluación, el bienestar y la calidad del talento humano, en donde se incluye todo el esfuerzo humano desarrollado dentro del entorno organizacional, para propiciar la humanización laboral por medio de la elaboración de programas profesionales, planes de formación, inversión en la mejora del conocimiento de personal profesional; todo esto con la finalidad de contribuir a la calidad de vida de los empleados de los supermercados.

SEGURIDAD EN EL LUGAR DE TRABAJO

Primeramente, señala Chinchilla (2007) que la puesta en práctica de normas de seguridad en los lugares de trabajo resulta importante, tanto para el trabajador como para la empresa, la prevención continúa de accidentes para lograr óptimos niveles de calidad y productividad. El disponer de lugares seguros evita exponer al trabajador a condiciones laborales molestas e incómodas.

Seguidamente, Fernández (2005) señala que la seguridad es el conjunto de medidas empleadas para prevenir accidentes y eliminar condiciones inseguras del ambiente, con el

propósito de instruir o convencer a las personas acerca de la necesidad de implementar prácticas preventivas. Asimismo, la salud y la seguridad de las personas son las principales bases para conservar una fuerza laboral adecuada.

Finalmente, Ruiz (2007) explica que se aprecia una separación entre la práctica de la responsabilidad social en cuanto a las iniciativas de salud y seguridad, las primeras se asocian a acciones voluntarias, las segundas se enmarcan en las obligaciones legales, pero las dos permiten relacionarlas con otros temas importantes para las empresas y los trabajadores, tales como recursos humanos, la conciliación de la vida tanto laboral como familiar, los derechos humanos, el medio ambiente, la productividad, entre otros.

Es por ello que la seguridad en el trabajo se define como una serie de medidas para ayudar a prevenir y eliminar tanto los accidentes como las enfermedades laborales, así como también, propiciar un lugar seguro y cómodo implementando prácticas preventivas destinadas a reducir los riesgos en sus áreas laborales, conllevando a elevar la competitividad y productividad.

ADAPTACIÓN AL CAMBIO

Para El Libro Verde conviene buscar la participación o implicación de todos los afectados mediante una consulta abierta. Además, la reestructuración debe prepararse bien identificando los riesgos más importantes, calculando todos los costes directos e indirectos de las estrategias, evaluando de este modo todas las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios (Organización de Estados Americanos, 2001).

Este proceso debería tratar de proteger los derechos de los trabajadores ofreciéndoles cursos de reciclaje profesional en caso necesario; asimismo, se debe modernizar los procesos de producción para desarrollar las actividades del emplazamiento; establecer procedimientos de información, diálogo, cooperación y asociación. Las empresas debieran asumir su cuota de responsabilidad respecto al mantenimiento de la empleabilidad de su personal, mediante su participación en las asociaciones a favor del empleo local o la inclusión social

Desde el punto de vista de Carneiro (2004), la reestructuración, reorganización, transformación, son términos que pueden esconder tras de sí decisiones, las cuales pueden afectar directamente a los trabajadores, porque al originarse un proceso de los antes mencionados, a menudo viene acompañado de una reducción de efectivos. Estas situaciones deberían tener en cuenta los derechos humanos de los trabajadores, así como ofertarles fórmulas que hagan mínimo los efectos.

Dentro de este marco referencial, el autor, establece los siguientes indicadores para la gestión de la adaptación al cambio:

Estabilidad laboral: garantizar mediante el reciclaje profesional y la consulta a los involucrados, nuevas alternativas que permitan el mantenimiento del personal en caso de un descenso de los volúmenes de ventas o una caída en los precios de los productos.

Esto es especialmente crítico, donde un centro productivo supone un punto neurálgico de la actividad económica local.

Redimensionamiento organizacional: se define como los procesos claves en las organizaciones por los cuales, a través de una adecuada gestión del cambio, se pueden llevar a cabo intervenciones internas que involucran al personal asegurando la viabilidad de la empresa de situaciones de excepción. Supone pues entender la reorganización empresarial en clave de responsabilidad por las decisiones tomadas, considerando el proyecto mismo como un proceso de inversión y no únicamente como un gasto, enraizado por una verdadera preocupación por el impacto socioeconómico.

Desde la perspectiva de Morros y Vidal (2005), toda empresa a lo largo de su vida debe afrontar periodos de recesión económica, de ajuste de sus productos y de sus procesos productivos para dar respuesta a los cambios registrados en los mercados de bienes y procesos tecnológicos. De ahí que, en todo proceso de ajuste o de reestructuración se deben diferenciar dos momentos: el periodo de anticipar el cambio y el periodo de realizar el cambio.

Por esta razón, cualquier empresa que aplique un proceso de responsabilidad social corporativa debe de disponer de una estrategia que facilite crear las condiciones de información y formación para que los grupos de interés puedan ajustarse al cambio con el mínimo de los costes sociales y personales que cualquier ajuste o reestructuración trae consigo. En el momento del ajuste, la respuesta empresarial más usada es el despido, los cuales contradicen unas de las máximas de la gestión de los recursos humanos en los últimos tiempo, porque los trabajadores son unos de los activos primordiales de las organizaciones y de la creación de la riqueza a largo plazo.

De manera que la investigadora define la adaptación al cambio como el conjunto de decisiones que contemplan la reestructuración, reorganización o transformación en los supermercados. Dichas decisiones están en la obligación de tomar en cuenta las preocupaciones, expectativas e intereses de todos sus empleados, estableciendo la participación e implicación de todos los afectados mediante las consultas abiertas, para evitar las consecuencias de dichos cambios. En este sentido, estas empresas para gestionar eficientemente los cambios, deben respetar los derechos laborales de los trabajadores, generar nuevas opciones para el mantenimiento del personal, ofrecerles cursos de reciclaje profesional, evitar el despido, entre otros.

GESTIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL Y LOS RECURSOS NATURALES

En la opinión de Morros y Vidal (2005), las prácticas respetuosas hacia el medioambiente están relacionadas con la gestión de los recursos utilizados en la producción. A este respecto, se plantean algunos ejemplos de mecanismos que reflejan un comportamiento responsable en el ámbito de la gestión del impacto ambiental y los recursos naturales compatibles con un aumento de la rentabilidad de la empresa. Estos comportamientos resultan ventajosos para todas las partes que lo integran (empresa y entorno natural):



- Reducir el consumo de materiales por unidad.
- Reducir el consumo de energía por unidad.
- Disminuir la dispersión tóxica asociada a los productos y servicios de la empresa.
- Aumentar la reciclabilidad de los materiales a lo largo de toda la cadena del producto.

Para Carneiro, (2004) la gestión del impacto ambiental y los recursos naturales, supone la adecuada regulación de las emisiones a la atmósfera, así como el respeto a la naturaleza; estos factores afectan de manera directa tanto las organizaciones como su entorno inmediato de trabajo; es una responsabilidad social, presente y futura, la atención activa, la prevención en materia de impacto ambiental, así como la correcta utilización de los recursos naturales.

En resumen, para el autor, supone estar en concordancia con los preceptos fundamentales propios de la concepción del desarrollo sostenible (la búsqueda simultánea de la rentabilidad económica, la calidad del ambiente y la equidad social), es decir aquella forma de desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras.

Según El Libro Verde de la Comisión Europea (2001), la disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes puede reducir el impacto sobre el medio ambiente. También puede resultar ventajosa para la empresa al reducir sus gastos energéticos, la eliminación de residuo, la disminución de los insumos, así como los gastos de descontaminación. Distintas empresas han determinado que un menor consumo de materias primas puede redundar en un aumento tanto en la rentabilidad como en la competitividad. En el ámbito del medio ambiente, estas inversiones se consideran normalmente ventajosas para todas las partes (empresas-medioambiente).

En consecuencia, la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales para las organizaciones debe significar el grado de preocupación por los daños ambientales derivados de su actividad comercial. Resulta importante para estas organizaciones considerar la reducción de olores contaminantes, el bote de escombros y basura en la calle, el manejo adecuado los residuos o desechos peligrosos; implementar prácticas respetuosas hacia el medio ambiente como el ahorro de la energía, agua, optimización el uso de materias primas o insumos; por último, contar con normas ambientales de primer nivel como las ISO14000.

ASPECTOS METODOLÓGICOS

Para la realización de la presente investigación se utilizó una metodología cuantitativa, a través de la cual se desarrolló una investigación descriptiva, la cual según la cual según Fernández, Hernández y Baptista (2006) pretenden medir o recoger información de manera independiente sobre los conceptos o variables a los que se refiere, pudiendo entonces integrar la información de cada una de dichas variables, para decir como es y cómo se manifiesta el fenómeno de interés.

Por lo tanto, la presente investigación es catalogada como descriptiva porque se estudia la variable “Responsabilidad Social” caracterizando su desenvolvimiento en la realidad; igualmente pretende describir las dimensiones que conforman la variable objeto de estudio, lo cual permitirá el proceso de recolección de información para exponer las acciones coherentes con los objetivos e indicar como las variables se relacionan entre sí.

Asimismo, este análisis constituye también una investigación de campo porque se verificaran los hechos en un lugar determinado. Para, Bavaresco (2006) este tipo de estudio se realiza en el propio sitio donde se encuentra el objeto de estudio, lo cual posibilita que se genere un conocimiento más profundo del problema por parte del investigador pudiendo así manipular los datos con mayor seguridad; al mismo tiempo, se soporta en diseños exploratorios, descriptivos, experimentales y predictivos.

De esta manera, el diseño de la investigación se enmarcara dentro de un diseño no experimental porque en ningún momento ni a través de ningún método se manipulara la variable objeto de estudio: Responsabilidad social. Al respecto, Hernández Fernández y Baptista (2006), señalan que este se analiza sin manipular deliberadamente las variables, es decir, una investigación donde no se modifica intencionalmente la variable independiente, se observa el fenómeno tal y como se da en su contexto natural, para después analizarlo.

Por otra parte, dentro de esta categoría de investigación no experimental, el estudio se ubicara en un diseño transeccional o transversal debido a su dimensión temporal, es decir, se recolectaran los datos en un sólo momento y en tiempo único; además de describir la variable ya señalada, se analizara su incidencia en un momento dado; a este respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2006) señalan que este tipo de investigaciones recolectan los datos en un solo momento, un tiempo único. En efecto, se indagara la variable responsabilidad social en los supermercados para ver cuál será el comportamiento en la población a estudiar, a partir de sus dimensiones e indicadores.

Por lo tanto, el universo de la población de esta investigación estuvo constituida por dos grupos; el A conformado por los supermercados del Municipio Maracaibo, estos son: ENNE, Centro 99, Supermart y De Cándido (los cuales poseen planes de responsabilidad social), totalizan cuatro (4) establecimientos, asimismo, igual número de gerentes de mercadeo de estas organizaciones representan las unidades informantes. Dada la accesibilidad y disposición de la gerencia para aplicar el cuestionario el grupo B queda constituido por los empleados de las tiendas de los supermercados establecidos en la parroquia Juana de Ávila del Municipio Maracaibo, la cual es de 527.

Debido a las características de la población A se utilizó la técnica del censo poblacional para las unidades informantes, es decir los gerentes. A este grupo poblacional se le aplicó un cuestionario de ochenta y ocho (88) preguntas haciendo uso de la escala siempre (1), casi siempre (2) algunas veces (3) casi nunca (4) y nunca (5); los valores numéricos mostrados entre paréntesis son los utilizados para cuantificar. Dicho cuestionario fue sometido a la validez de contenido a través del juicio de cinco (5) expertos, la confiabilidad fue de 0.92 y se calculó a través de la fórmula de Alpha de Cronbach.



En este sentido, se elaboraron dos (2) cuestionarios, uno para los gerentes de mercadeo el cual contiene ochenta y ocho (88) preguntas; otro para los empleados el cual contiene setenta y cuatro (74) preguntas, haciendo uso de la escala siempre (1), casi siempre (2) algunas veces (3) casi nunca (4) y nunca (5); los valores numéricos mostrados entre paréntesis son los utilizados para cuantificar. Dichos cuestionarios fueron sometidos a la validez de contenido a través del juicio de cinco (5) expertos, la confiabilidad fue de 0.92 y 0.99 y se calculó a través de la fórmula de Alpha de Cronbach.

La población B estuvo conformada por la totalidad de los empleados de los supermercados del municipio Autónomo Maracaibo, a continuación se presenta de manera detallada las características de esta unidad informante (ver cuadro 1).

Cuadro 1

Empleados de los supermercados del Municipio autónomo Maracaibo, específicamente en la parroquia Juana de Ávila

Supermercado	Empleados
ENNE (Fuerzas Armadas)	200
De Cándido (Delicias)	200
Centro 99 (Delicias Norte)	77
Supermart (Doral Center)	50
Total	527

Fuente: Datos suministrados por la gerencia de mercadeo de cada supermercado.

Ahora bien, para obtener el tamaño de la muestra del grupo B, la cual se estimó a partir de los registros de los empleados aportados por el departamento de mercadeo de los supermercados objetos de estudio, se procedió a utilizar la fórmula expuesta por Sierra Bravo (2003), para universos finitos:

$$n = \frac{4 \times N p \times q}{E^2 \times (N - 1) + 4 \times p \times q}$$

A continuación se detallan los indicadores de la fórmula:

n: tamaño de la muestra a calcular

4: numero constante

P: probabilidad de éxito (50%)

Q: probabilidad de éxito (50%)

E²: error probabilística con rango entre 5 y 10%

N: tamaño de la población. 527 empleados de los supermercados



Al sustituir los valores se determinara el tamaño de la muestra de la población, obteniendo los siguientes resultados:

$$n = \frac{5.270.000}{25 (526) + 10.000} = 227$$

A este grupo poblacional se le aplicó un cuestionario de setenta y cuatro (74) preguntas haciendo uso de la escala siempre (1), casi siempre (2) algunas veces (3) casi nunca (4) y nunca (5); los valores numéricos mostrados entre paréntesis son los utilizados para cuantificar. Dicho cuestionario fue sometido a la validez de contenido a través del juicio de cinco (5) expertos, la confiabilidad fue de 0.99 y se calculó a través de la fórmula de Alpha de Cronbach.

Para validar el instrumento, se seleccionó un grupo formado por 5 expertos en las áreas en mercadeo ecológico, responsabilidad social y metodología, con el propósito de que determinaran su validez. De esta manera, se aplicó el instrumento sobre la muestra seleccionada, estudiando la población interna y percepción frente a las acciones de responsabilidad social en los supermercados del municipio autónomo Maracaibo; los resultados obtenidos fueron tabulados, analizados y discutidos que luego permitieron establecer las respectivas conclusiones y recomendaciones de la investigación.

RESULTADOS

Los resultados arrojados por el proceso de aplicación del instrumento, conformado por 88 ítems, a la población objeto de estudio fueron tabulados con el propósito de ser analizados en función de los indicadores estudiados. Por tal motivo y a fin de llevar a cabo lo anteriormente planteado, se construyeron tablas de distribución de frecuencias absolutas y relativas, una tabla resumen por cada indicador, en las cuales se pueden apreciar las tendencias de las respuestas emitidas por los sujetos consultados.

VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL

DIMENSIÓN: INTERNA

INDICADOR: GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

Tabla 1. Gestión del capital humano (gerentes)

Ítems	Categorías de Respuestas Total (FR)											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	FA	FR	FA	FR	A	R	FA	FR	FA	FR	FA	FR
34	1	25	3	75	0	0	0	0	0	0	4	100
35	2	50	2	50	0	0	0	0	0	0	4	100
36	1	25	3	75	0	0	0	0	0	0	4	100
37	1	25	3	75	0	0	0	0	0	0	4	100
38	2	50	2	50	0	0	0	0	0	0	4	100
Promedio (FR)		35,00		65	-	-	-	-	-	-		100

Fuente: Elaboración propia.

Según los datos presentados en la tabla 1, un 65% de los gerentes encuestados manifestaron que casi siempre se gestiona el capital humano, pues se ejecutan programas de desarrollo profesional, se mide la satisfacción laboral de los trabajadores, se ejecutan programas de comunicación interna, se implementan planes de formación y se desarrollan programas de capital humano, mientras que el 35% reveló siempre.

Tabla 2. Gestión del capital humano (empleados)

Ítems	Categorías de Respuestas											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	A	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
34	0	17,62	50	22,03	63	27,75	43	18,94	31	13,66	227	100
35	5	33,04	57	25,11	52	22,91	18	7,93	25	11,01	227	100
36	9	17,18	55	24,23	80	35,24	24	10,57	29	12,78	227	100
37	5	11,01	67	29,52	86	37,89	26	11,45	23	10,13	227	100
38	0	13,22	72	31,72	64	28,19	34	14,98	27	11,89	227	100
Promedio (FR)		18,41		26,52		30,40		12,78		11,89		100

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados que se muestran en la tabla 2 revelan que el 30.40% de los empleados expresan que algunas veces se gestiona el capital humano, ya que se ejecutan programas de desarrollo profesional, de igual manera miden la satisfacción laboral de los trabajadores, se ejecutan programas de comunicación interna, se implementan planes de formación y se desarrollan programas de capital humano; mientras que 26.52% opina casi siempre, un 18.41% expresa siempre, un 12.78% casi nunca y un 11.89% nunca.

Tabla 3. Seguridad en el trabajo (gerentes)

Ítems	Categorías de Respuestas											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
39	2	50	2	50	0	0	0	0	0	0	4	100
40	3	75	1	25	0	0	0	0	0	0	4	100
41	2	50	2	50	0	0	0	0	0	0	4	100
Promedio (FR)	-	58,33	-	41,67	-	-	-	-	-	-	-	100

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 3 se puede observar que un 58.33% de los gerentes opinan que en la institución siempre existe seguridad en el trabajo pues se implementan medidas para prevenir accidentes laborales, se implementan medidas para eliminar las condiciones inseguras en las áreas de trabajo y se ejecutan programas para instruir a los trabajadores acerca de la necesidad de implementar practicas preventivas en los lugares de trabajo. De la misma manera, un 41.67% expresaron casi siempre existe seguridad en el trabajo.

Tabla 4. Seguridad en el trabajo (empleados)

Ítems	Categorías de Respuestas											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	FA	FR	FA	FR	A	FR	A	FR	FA	FR	FA	FR
39	119	52,42	52	22,91	3	14,54	3	5,73	10	4,41	227	100
40	99	43,61	71	31,28	3	14,54	7	7,49	7	3,08	227	100
41	39	17,18	63	27,75	2	40,53	5	6,61	18	7,93	227	100
Promedio (FR)	-	37,74	-	27,31	-	23,20	-	6,61	-	5,14	-	100

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados en la tabla 4 evidencian de acuerdo a las respuestas dadas por el 37.74% de los empleados encuestados que siempre hay seguridad en el trabajo porque implementan medidas para prevenir accidentes laborales, se implementan medidas para eliminar las condiciones inseguras en las áreas de trabajo y se ejecutan programas para instruir a los trabajadores acerca de la necesidad de implementar prácticas preventivas en los lugares de trabajo., seguidamente un 27.31% indica que casi siempre, un 23.20% algunas veces, un 6.61% expreso casi nunca y el 5.14% dice que nunca.

Tabla 5. Adaptación al cambio (gerentes)

Ítems	Categorías de Respuestas											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	A	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
42		25	2	50	0	0	1	25	0	0	4	100
43		25	1	25	2	50	0	0	0	0	4	100
44		50	2	50	0	0	0	0	0	0	4	100
Promedio (FR)		33,33	-	41,67	-	16,67	-	8,33	-	-		100

Fuente: Elaboración propia.

En cuanto al indicador adaptación del cambio en la tabla 5 muestra que el 41.67% de los gerentes encuestados aseveran que casi siempre se garantiza la estabilidad laboral del personal mediante el reciclaje profesional en caso de los volúmenes de venta, se consulta al personal acerca de nuevas alternativas que permitan la estabilidad laboral y se llevan a cabo actividades que involucren al personal para informar acerca de las decisiones tomadas por la empresa, mientras que el 33.33% contestaron siempre, un 16.67% algunas veces y un 8.33%, casi nunca.

Tabla 6. Adaptación al cambio (empleados)

Ítems	Categorías de Respuestas											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	FA	FR	A	FR	A	FR	A	FR	A	FR	FA	FR
42	51	22,47	2	22,91	2	22,91	4	19,38	8	12,33	227	100
43	24	10,57	6	15,86	4	37,00	3	18,94	0	17,62	227	100
44	21	9,25	0	8,81	4	37,00	7	29,52	5	15,42	227	100
Promedio (FR)	-	14,10	-	15,86		32,31	-	22,61	-	15,12		100

Fuente: Elaboración propia.

Analizando los datos de la tabla 6, se observa claramente que en el indicador adaptación al cambio el 32.31% de los empleados encuestados expresaron que algunas veces se garantiza la estabilidad laboral del personal mediante el reciclaje profesional en caso de los volúmenes de venta, se consulta al personal acerca de nuevas alternativas que permitan su estabilidad laboral y se llevan a cabo actividades que involucren al personal para informar acerca de las decisiones tomadas por la empresa, seguidamente un 22.61% opinó casi nunca, un 15.86% reveló casi siempre, un 15.12% nunca y un 14.10% siempre.

Tabla 7. Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales (gerentes)

Ítems	Categorías de Respuestas											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	FA	FR	FA	FR	FA	FR	A	FR	A	FR	FA	FR
45	1	25	3	75	0	0	0	0	0	0	4	100
46	0	0	2	50	0	0	1	25	1	25	4	100
47	1	25	3	75	0	0	0	0	0	0		100
Promedio (FR)		16,67		66,67	-	-		8,33		8,33		100

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 7 del indicador gestión del impacto ambiental y los recursos naturales, se evidencia que un 66.67% de los gerentes encuestados respondió que casi siempre la institución contribuye a la disminución de los desechos generados por la actividad económica que realiza, contribuyen a la disminución de los recursos naturales y gastos energéticos. Mientras que el 16.67% expresaron siempre, un 8.33% casi nunca y un 8.33% nunca.

Tabla 8. Gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales (empleados)

Ítems	Categorías de Respuestas											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	FA	FR	A	FR	FA	FR	FA	FR	A	FR	FA	FR
45	27	11,89	9	34,80	45	19,82	38	16,74	8	16,74		100
46	13	5,73	16	7,05	45	19,82	80	35,24	3	32,16		100
47	32	14,10	7	33,92	75	33,04	17	7,49	6	11,45		100
Promedio (FR)		10,57		25,26		24,23		19,82		20,12		100

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 8 con respecto al indicador el impacto ambiental y de los recursos naturales se observó que 25.26% de los empleados encuestados contestaron que casi siempre la institución contribuye a la disminución de los desechos generados por la actividad económica que realiza, ayudan a la disminución de los recursos naturales y gastos energéticos, de la misma manera un 24.23% respondieron algunas veces, un 20.12% nunca, un 19.82% casi nunca y un 10.57% siempre.

VARIABLE: RESPONSABILIDAD SOCIAL

DIMENSIÓN: DIMENSIÓN INTERNA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Tabla 9. Interna (gerentes)

Indicadores	Categorías de Respuestas											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	A	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
Gestión del Capital Humano	7	35,00	13	65,00	0	0	0	0	0	0	4	100
Seguridad en el Trabajo	7	58,33	5	41,67	0	0	0	0	0	0	4	100
Adaptación al Cambio	4	33,33	5	41,67	2	16,67	1	8,33	0	0	4	100
Gestión del impacto ambiental y los recursos humanos	2	16,67	8	66,67	0	0	1	8,33	1	8,33	4	100
Promedio (FR)		35,83		53,75		4,17		4,17		2,08		100

Fuente: Elaboración propia.

Al realizar el análisis de los datos de la tabla 9 se observó que con respecto a la sub dimensión interna de la responsabilidad social un 65% de los gerentes encuestados expresaron que casi siempre se toma en cuenta la gestión del capital humano, mientras que un 35% contestó siempre. A su vez, un 58.33% considera que siempre existe seguridad en el trabajo y un 41.67% respondió casi siempre. En relación con la adaptación al cambio un 41.67% indicó casi siempre, un 33.33% casi siempre, un 16.67% algunas veces y un 8.33% casi nunca. Con respecto a la gestión del impacto ambiental y los recursos humanos un 66.77% indicaron casi siempre, 16.67% reveló siempre, un 8.33% casi nunca y un 8.33% nunca.

Tabla 10. Interna (empleados)

Indicadores	Categorías de Respuestas											
	Siempre (1)		Casi Siempre (2)		Algunas Veces (3)		Casi Nunca (4)		Nunca (5)		Total	
	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR	FA	FR
Gestión del Capital Humano	209	18,41	301	26,52	345	30,40	145	12,78	135	11,89	227	100
Seguridad en el Trabajo	257	37,74	186	27,31	158	23,20	45	6,61	35	5,14	227	100
Adaptación al Cambio	96	14,10	108	15,86	220	32,31	154	22,61	103	15,12	227	100
Gestión del impacto ambiental y los recursos humanos	72	10,57	172	25,26	165	24,23	135	19,82	137	20,12	227	100
Promedio (FR)		32,22		21,52		23,01		12,29		10,99		100

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 10, se evidencia que con relación a la sub dimensión interna de la responsabilidad un 30.40% de los empleados consideran que algunas veces se gestiona el capital humano, sin embargo el 26.32% expresan casi siempre, un 18.41% reveló siempre, un 12.78% casi nunca y un 11.89% nunca. De igual manera, un 37.74% de los empleados manifestaron que siempre existe seguridad en el trabajo, un 27.31% indico casi siempre, un 23.20% algunas veces, un 6.61% casi nunca y un 5.14% nunca.

Por otra parte, un 32.31% de los empleados que revelaron que algunas veces la institución se adapta a los cambios, un 22.61% respondió casi nunca, un 15.86% casi siempre, un 15.12% nunca y un 14.10% contestó siempre. En relación a la gestión del impacto ambiental y los recursos humanos de la institución un 25.26% contestó casi siempre, el 24.23% algunas veces, un 20.12% nunca, un 19.82% casi nunca y el 10.57% contestó nunca.

CONCLUSIONES

Con esta investigación se generaron una serie de datos, producto tanto de referencias bibliográficas como de los resultados obtenidos en la aplicación del instrumento de recolección de dato diseñado para describir las dimensiones de a responsabilidad social en los supermercados del municipio autónomo Maracaibo, originando las siguientes conclusiones:

En correspondencia al indicador gestión del capital humano se pudo concluir que para ambas poblaciones la institución lleva a cabo tanto planes como programas de formación dirigidos hacia los empleados, se mide la satisfacción laboral de los trabajadores, ejecutan



programas de comunicación interna, desarrollan programas de capital humano, entre otros.

Con respecto a la seguridad en el trabajo, se determinó que tanto para los gerentes como para los empleados los supermercados implementan frecuentemente normas y prácticas de seguridad para prevenir accidentes laborales, así como para eliminar las condiciones inseguras en las áreas de trabajo con las cuales se logren óptimos niveles de calidad y productividad.

En torno al indicador adaptación al cambio se pudo comprobar que para los gerentes la empresa garantiza continuamente la estabilidad laboral del personal en caso de los descensos de las ventas mediante la participación o implicación del personal acerca de las decisiones tomadas. Sin embargo, el personal manifestó que las acciones nombradas anteriormente son llevadas a cabo en algunas ocasiones.

En lo referente al indicador gestión del impacto ambiental y los recursos humanos se concluyó que tanto para los gerentes como para los empleados los supermercados contribuyen frecuentemente pues llevan a cabo prácticas responsables que ayudan a minimizar el consumo de los recursos y las emisiones contaminantes.

Es así como se pudo concluir que para ambas poblaciones los supermercados cumplen constantemente con la subdimensión interna de la responsabilidad social de manera efectiva pues invierten en el desarrollo de tanto profesional como personal, la salud y seguridad del capital humano, gestionan con frecuencia los cambios que se presentan el mercado, y gestionan su impacto ambiental.

REFERENCIAS

- Balteras, P., y Díaz, E. (2005). Responsabilidad social empresarial: alcances y potencialidades en materia laboral. Chile. Editorial CICE
- Bavaresco, A. (2006) Proceso metodológico en la investigación. Venezuela. Editorial de la Universidad del Zulia.
- Carneiro, M. (2004) La responsabilidad social corporativa: la nueva frontera de los recursos humanos. Madrid. Editorial ESIC.
- Chinchilla, L. (2007). Seguridad Social en América Latina. México. Siglo veintiuno editores.
- Organización de Estados Americanos. El Libro Verde de la Comisión Europea, (2001). La responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible, España: Editorial ESADE.
- Fernández, R. (2005) Administración de la responsabilidad social corporativa. España. Editorial Paraninfo, S.A.



Hernández, R.; Fernández, C. y Baptista, P. (2006) Metodología de la Investigación (Cuarta edición). México. Editorial McGraw Hill.

Manual de RSE Para PYMES. (2006). Universidad Tecnológica de Chile INACAP. Primera edición ISBN: 956-8046-01-1.Chile.

Morros, J., Vidal, I. (2005) Responsabilidad Social Corporativa. Madrid. Editorial Fundación Confemetal.

Quintanilla, I. (2003). Empresas y personas: Gestión del conocimiento y capital humano. Madrid. Editorial S.A. Ediciones Díaz de Santos.

Ruiz, C. (2007). Salud laboral: conceptos y técnicas para la prevención de riesgos laborales. España. Editorial Elsevier.

Urcelay, J. (2007). La responsabilidad social en la gestión de las PYMES. España. Editorial Fundación EOI.