

La responsabilidad social de las empresas agroindustriales y su impacto en el desarrollo social

The social responsibility of agro-industrial companies and their impact on social development

José Córdova* ; Vanessa Alza

Facultad de Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Trujillo, Av. Juan Pablo II s/n – Trujillo, Perú.

* Autor correspondiente: mcordova@unitru.edu.pe (J. Córdova)

RESUMEN

La investigación analiza las construcciones teóricas de la responsabilidad social empresarial y el desarrollo social en San José, provincia de Virú. Es un artículo de carácter descriptivo y analítico. Se desarrolló con una metodología participativa, fuentes de investigación documental, teórica y empírica; dando relevancia a la explicación de las variables de responsabilidad social, capital social y capital humano, representando los principales criterios de objetividad. El objetivo es definir y contextualizar socialmente el desempeño actual de las empresas en torno a su política de gestión local, haciendo un balance social de impacto, sobre aspectos que requieren fortalecimiento y promoción en la cual se evidencian las acciones sociales responsables que deban responder a las demandas de una comunidad, teniendo en cuenta sus criterios para ejercer la responsabilidad social a partir del ejercicio de una ciudadanía corporativa e inclusiva.

Palabras clave: empresas agroindustriales; responsabilidad Social; desarrollo social.

ABSTRACT

The research analyzes the theoretical constructions of corporate social responsibility and social development in San José, Virú province. It is an article of a descriptive and analytical nature. It was developed with a participatory methodology, sources of documentary, theoretical and empirical research; giving relevance to the explanation of the variables of social responsibility, social capital and human capital, representing the main criteria of objectivity. The objective is to define and socially contextualize the current performance of companies around their local management policy, making a social impact assessment, on aspects that require strengthening and promotion in which the responsible social actions that must respond to the demands of a community, taking into account its criteria for exercising social responsibility from the exercise of a corporate and inclusive citizenship.

Keywords: agroindustrial companies; Social responsibility; social development.

1. INTRODUCCIÓN

Este pensamiento crítico tiene la intención de analizar y explicar teóricamente el dinamismo de las empresas de hoy, que asumen un rol social en forma visible que ha tejido flujos de conexión e interdependencia basados en compromisos sostenibles y duraderos. En la actualidad, debido en parte a la interdependencia de los muchos grupos de la sociedad, la participación social de la empresa ha aumentado. Desde luego que existe la duda sobre cuál es, en realidad, la responsabilidad social de ésta. Más aun, esta cuestión, que originalmente se asociaba con los negocios, ahora se plantea, cada vez con mayor frecuencia, con respeto a los gobiernos, universidades, organizaciones o lucrativas, de caridad e incluso de iglesias. Por lo tanto, se habla de la responsabilidad y de las sensibilidades sociales de todas las organizaciones. La sociedad, alertada, opina sobre la urgencia de los problemas sociales, y cuestiona a los administradores, en especial a los demás alto nivel, sobre qué se están haciendo para cumplir con sus responsabilidades sociales y sobre las razones para no hacer más. Aunque no sea el propósito comúnmente aceptado de la responsabilidad social corporativa generar mayor rentabilidad a la empresa, es importante anotar que el estudio Ortega, realizado en Estados Unidos en 1994, reveló que: El estudio muestra que ser socialmente responsable no sólo es ventajoso hoy, sino que el

interés público en la reputación de las empresas y su responsabilidad social están aumentando y será aún más importante en el futuro. Sirva este ejercicio como un ejercicio referente y no absoluto para comprender mejor este fenómeno que sin duda alguna, está cambiando la manera de hacer negocios en el mundo.

Se considera por responsabilidad social externa, al compromiso que tienen las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida. Contribuir a su desarrollo comunitario supone un nuevo rol de la empresa dentro de la sociedad, ya no solo se limita al ámbito del mercado, sino como sujeto de acción al interior de la sociedad y pieza clave para el desarrollo económico y social del país. En este sentido, la empresa cobra un rol más activo y participante en los temas asociados al desarrollo social. Las acciones, políticas y programas orientados a la comunidad, es decir, a cualquier grupo o problema social que no se encuentre relacionado directamente con la empresa mediante una relación contractual o económica, se encuentran dentro de lo que se comprende como Responsabilidad Social Externa. En este ámbito se encuentran las iniciativas de apoyo a la comunidad, de donaciones, medio ambientales, entre otras.

El presente artículo trata de determinar cuál es el impacto de las acciones sociales responsables de la empresa agroindustrial en la formación del capital social y humano partiendo de esta premisa nos surge la interrogante de medir a través de la implementación y ejecución de programas sociales sean estos de carácter altruista y/o filantrópico, inversión social y de responsabilidad social que están promoviendo mejores condiciones de vida y de bienestar de la población, referente a la focalización de aspectos que apunten a un desarrollo comunitario. En Latinoamérica el estudio de campo mostró que en general la gran mayoría de las empresas realizan actividades ligadas a la RSE, en diferentes grados de implantación, siendo las empresas de mayor tamaño, del sector manufactura, con actividad exportadora y que gozan de una buena o muy buena situación económica, las que presentan los mayores grados. Solamente un 3,5% de las PYMEs latinoamericanas no desarrolla ningún tipo de actividad en el campo de la RSE. Asimismo, al medir la implantación de actividades de RSE externas, es decir, aquellas destinadas a apoyar a la comunidad durante el 2010, se muestra que casi el 40% no ha realizado ninguna como parte de su sensibilidad social sino eminentemente filantrópica. Estas actividades responden más bien a razones de índole ética o religiosa y a un deseo de mejorar las relaciones con la comunidad y/o autoridades públicas, aunque las motivaciones de las empresas de mayor tamaño suelen estar más ligadas a factores económicos y de promoción de imagen/prestigio que potencien su competitividad. Las empresas suelen adoptar actividades de responsabilidad social como una forma de gestión para involucrar a la comunidad y todo el entorno sociocultural (Fernández, 2009; Aguilar, Guerra, Martell, 2006)

En el análisis de la responsabilidad social empresarial se han considerado enfoques y criterios que sustentan la política de gestión empresarial que adoptan las empresas para retribuir a la comunidad entre ellas tenemos: La teoría de los grupos de interés: siendo de gran trascendencia el papel que las partes relacionadas de las organizaciones ha cobrado en los últimos años, destacando una manifiesta concurrencia de los partícipes en el desarrollo de la empresa y su consecuente contribución a la comunidad. la teoría de la legitimación nace de la existencia de un contrato social entre la empresa y la sociedad. Del respeto a la legislación y los acuerdos que establecen sus propios principios y valores, la teoría de cambio: El enfoque de teoría de cambio también es conocido como “ruta de cambio”. Una teoría de cambio representa en un amplio análisis de una situación que requiere modificarse a fin de alcanzar un cambio positivo. Del mismo modo se establecen criterios como puntos de discusión de responsabilidad social en la cual recae su dinámica de las empresas si optan por responder a las demandas por imagen, por inversión social o responsabilidad social. En esa línea, el nivel de práctica de responsabilidad social que han adoptado estas empresas es altruista y social.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se realizó con el universo total de 2081 familias del Centro Poblado San José Virú, considerando como criterios de inclusión: hombres y mujeres jefes de hogar. Los criterios de exclusión, familias que están eventualmente en el lugar. La muestra fue de 71 de familias que se eligieron aleatoriamente utilizando como marco muestral el número de las familias son de 2081 proporcionado por INEI. Considerando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 PQN}{E^2(N-1) + Z^2 PQ}$$

Donde: n = Tamaño de muestra; N = Población; Z = Nivel de confianza (1,96); p = Probabilidad de éxito o favor (0,95); q = Probabilidad de fracaso o en contra (0,05); E = Error de estimación (5%); Para este caso

se utiliza: N = Población (Jefes de Familia) (2081); Z = Nivel de confianza (1,96); p = Probabilidad de éxito o favor (0,95); q = Probabilidad de fracaso o en contra (0,05) y E = Error de estimación (5%)

Reemplazamos los valores:

$$n = \frac{1.96^2 0.95 * 0.05 * 2081}{0.05^2 (2081 - 1) + 1.96^2 0.95 * 0.05}$$

$$n = 70.54$$

La probabilidad de éxito del 95% se establece en base a la validación del instrumento de recolección de datos, específicamente la encuesta, teniendo como referente la aplicación de la prueba piloto. Los métodos utilizados en el trabajo de investigación-acción; son el etnográfico, para la etapa de recolección de datos, donde la observación, descripción y registro del comportamiento y desenvolvimiento de los jefes de familia a quienes se les hizo la entrevista o aplicación de la encuesta. El método inductivo, mediante la observación directa y entrevistas para identificar y describir la gestión que realiza la empresa Camposol en el ejercicio de su práctica de responsabilidad social empresarial. Método deductivo, con el uso de enfoques teóricos, previamente establecidos se interpretó la relación de la Responsabilidad Social Empresarial repercute en el desarrollo de la comunidad del Centro Poblado San José Virú. El método estadístico que permitió mostrar de manera porcentual la realidad investigada, mediante la elaboración de cuadros y gráficos estadísticos y posteriormente nos permitió procesar y cualificar la información.

El uso de técnicas de revisión bibliográfica, lo que permitió hacer uso del manejo de documentos, archivos y referentes teóricos relacionados con el tema de investigación. Las entrevistas, para la recolección de información, de manera oral de los pobladores, autoridades, y trabajadores de la empresa Camposol, sobre la gestión empresarial enfocado en la Responsabilidad Social Empresarial. Aplicación de encuestas, se elaboró una serie de interrogantes para obtener información precisa acerca del tema a investigar. La observación directa para recolectar la información descriptiva a cerca de las características de nuestros informantes, de personas relacionadas con la investigación, de su entorno, condiciones sociales del lugar de estudio. Además, se usaron instrumentos auxiliares de investigación como el registro de observación para los registros de información con la finalidad de consignar y clasificar la información obtenida, a través de la técnica de observación, para su posterior análisis. El registro de entrevista, con la finalidad de consignar y clasificar la información obtenida para su posterior análisis. La libreta de campo, para el registro de toda la información relacionada con la investigación, las consecuencias generadas durante la investigación, a través de la observación y entrevista realizadas para la investigación. La cámara fotográfica, para registrar las imágenes, de los informantes y la realidad investigadora, para un mejor manejo ilustrativo de la información. La grabadora que permitió una mayor fluidez en la investigación. Finalmente, el criterio de opinión de juicio de expertos, que se entregó al asesor, con experiencia sobre el tema en estudio, con el fin de tener sugerencias a priori; es decir, antes de ser aplicado el instrumento a los encuestados.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La responsabilidad social

La responsabilidad social en el Perú se visualiza en la actitud y participación de los ciudadanos – básicamente a nivel individual – desde los contextos o espacios que ocupan, el hecho de actuar con responsabilidad y generar bienestar social, es una contribución consciente o inconsciente de la persona; la participación de la persona en actividades, programas o proyectos de responsabilidad social, lo hace parte de un común hacia el bienestar comunitario, en esa línea se establecen políticas nacionales con objetivos específicos como erradicar la pobreza, promover educación, igualdad, autonomía, salud, prevenir enfermedades y fomentar el desarrollo integral (Sapién, Piñón, Gutiérrez, 2015; Camacho, 2014; Colmenares y León, 2018) En esa línea, la responsabilidad social se orienta a generar un compromiso con el acceso y equidad en todos los espacios, una situación que debe promoverse como una cultura de vida y no como obligación o requisito en busca de reconocimientos (Toca, 2017)

Las familias en el sector San José de Virú, perciben la responsabilidad social como un compromiso de las empresas agroindustriales, ignoran y no asumen un compromiso con su entorno y bienestar social, *“no participo en las campañas de limpieza porque eso lo hace la empresa, es su obligación con las autoridades”* (Informante: M.R.G. Mujer de 56 años edad) La información que reciben es un tanto genérica, respecto a la responsabilidad social, situación que no contribuye en el involucramiento de la población de manera adecuada, determinante y preventiva en la generación de bienestar en la comunidad. Las políticas, programas y proyectos de responsabilidad social tienen un carácter asistencial y de “ayuda”, limita su aplicación efectiva en la comunidad, ésta funciona a partir del involucramiento de todos los actores y grupos de interés, el impacto de los resultados no tiene relevancia, ni sostenibilidad por el mismo sistema de aplicación. De otro lado la responsabilidad social se implementa en instituciones educativas de nivel superior, con el fin de formar profesionales socialmente responsables (Herani, Haman, 2012) Los grupos de interés, son los actores sociales involucrados en los procesos de gestión participativa comunitaria, que asumen el compromiso en la transformación social.

La responsabilidad social empresarial

La responsabilidad social empresarial es el involucramiento de una organización o institución en la comunidad, parte desde la concientización de todos sus involucrados para aplicar propuestas de desarrollo sostenible con impacto en el bienestar de su entorno – interno y externo -, generar compromisos sociales a partir de principios en los campos social, económico y medioambiental, hoy se puede asignar el contexto cultural – patrimonio- para actuar de acuerdo a una diversidad compleja, hacia una “corresponsabilidad social” (Castro; Álvarez; s/f) Muchas son las empresas que planifican actividades de responsabilidad social, a manera de estrategia buscan fortalecer la productividad de la empresa – generando un clima laboral adecuado-, se establecen estrategias para implementar y medir resultados de los programas de responsabilidad social (Avedaño, 2013; Del Valle, 2011)

Las empresas agroindustriales que hacen referencia a su sensibilidad social y promueven el desarrollo en la comunidad de San José, son Camposol, Damper, Nicolini y Talsa; a partir de sus ejes estratégicos: capital humano, capital social y productivo; generando así, políticas responsables para lograr ubicarse en el contexto y lograr un desarrollo y productividad sostenible, generando empleos contrarestando los altos índices de precariedad laboral (Grueso, 2009; González y López, 2014), la presencia de diversas empresas en el sector San José dinamiza la economía de estas familias, desde la generación de empleos hasta el establecimiento de negocios independientes, todos vinculados a la dinámica que generan las empresas, *“empecé a vender comida desde que empezaron a construir la pista, los trabajadores no tenían donde almorzar y se me ocurrió cocinar para ellos, así me hice conocida y ahora tengo clientes de todos lados”* (Informante J.L.E. mujer de 46 años de edad). El impacto de las empresas en la comunidad se nota en esa dinámica, la ejecución de actividades, programas o proyectos de responsabilidad social empresarial involucra y promueve capacidades para mejorar la calidad de vida, en esa línea esta responsabilidad social no se percibe como una acción concreta o medible cuantitativamente, sino más bien un proceso de análisis cualitativo (Saldarriaga, 2013; López, Felipe, Ríos, 2017; Crespo, 2010), la definición de los conceptos en la responsabilidad social, más allá de la teoría debe considerarse una cuestión práctica y de aplicación en contextos reales. En esa línea las empresas socialmente responsables, a partir de indicadores gestionan iniciativas para contribuir en la protección del medio ambiente, mejorar la calidad de vida en las comunidades, fortalecer los servicios de salud, educación entre otros (Sapién, Piñón, Gutiérrez, 2015; Camacho, 2014; Colmenares y León, 2018)

La responsabilidad social desde las empresas agroindustriales

La responsabilidad social en las empresas agroindustriales se desarrolla a partir del cumplimiento de sus objetivos, frente a una planificación desde el área de responsabilidad social, la misma que promueve un involucramiento integral de los trabajadores y funcionarios de la empresa hasta los grupos de interés en la comunidad, destacando un enfoque ético de intervención-producción e intervención – sostenibilidad (Guerra y Martell, 2006)

Tabla 1. Actividades de responsabilidad social de las empresas agroindustriales el Sector San José

TIPO DE ACTIVIDADES	N°	%
Implementación de proyectos	3	4
Desarrollo de actividades sociales	38	54
Formulación de proyectos de interés	1	1
Brindando respuesta a grupos de interés	3	4
Coordinaciones con las instituciones locales	5	7
Todos	15	21
No sabe	6	8
TOTAL	71	100

Fuente: cuestionarios de encuestas; marzo 2017

En la tabla N° 01, se establecen las actividades desarrolladas por las empresas agroindustriales en San José, donde podemos observar un total de 71 encuestados que representa el 100%, el 54% manifiesta que ha participado en el desarrollo de actividades sociales, mientras que el 15 que representa un 21% manifiesta que ha participado todas las actividades señaladas, así mismo 6 que representa un 8% manifiesta que no saben en qué actividades ha participado, mientras que 5 que representa un 7% manifiesta que ha participado en las actividades de coordinación con las instituciones locales. Por otro lado 3 que representa un 4% manifiesta que ha participado en implementación de proyectos y brindando respuesta a grupos de intereses, y 1 que representa 1% manifiesta que participo en la formulación de proyectos de interés. Las empresas en el ejercicio de la responsabilidad social se convirtieron en la actividad para promover el desarrollo de las comunidades donde las empresas han de acomodarse a un entorno diferente donde ser visto por su comunidad es la mejor medida para que ellas tengan la licencia de seguir operando sus acciones en beneficio a la comunidad (López, Felipe, Ríos, 2017; Egg, 1984)

Tabla 2. Mecanismos de participación de las empresas agroindustriales en el sector de San José

MECANISMOS	N°	%
Mesa de dialogo	11	15
Elaboración de agendas sociales	9	13
Alianzas estratégicas	35	49
Convenios	8	11
Todos	5	7
No sabe	3	4
TOTAL	71	100

Fuente: cuestionarios de encuestas; marzo 2017

La tabla, presenta información sobre los mecanismo de participación que desarrollan las empresas agroindustriales en la comunidad de San José, tenemos 71 encuestados el 35 que representa un 49% manifiesta que realizado alianzas estratégicas, de tal manera que el 11 que representa un 15% manifiesta que realizado mesa de diálogos, además 9 que representa el 13% manifiesta que se han elaborado agendas sociales, así mismo 8 que representa el 11% manifiesta que realizado convenios, por otro lado que 5 que representa un 7% manifiesta que realizado todos los mecanismos de participación mencionados y un 4% manifiesta que no saben qué mecanismos de participación han utilizado. La participación posibilita la identificación conjunta de necesidades y ayuda a descubrir alternativas viables de solución para contribuir al logro del desarrollo concertado deseado. Un enfoque transdisciplinario, es decir, un abordaje que considera diferentes aspectos del problema dando activa participación de las personas, población local y de quienes toman las decisiones, conduce a soluciones “socialmente fuertes”. Otro factor que ha tenido influencia la práctica de la responsabilidad social de las empresas es la implementación de proyectos focalizados en el sector de educación, donde 44% de la población encuestada manifiesta que se viene realizando la implementación de inmobiliario, siendo su objetivo mejorar las condiciones materiales en los centros educativos para contribuir a al aprendizaje de niños y niñas de la comunidad: el apoyo a la educación que realiza la empresa refleja un decrecimiento del analfabetismo en la región, además la asistencia escolar, los niños tienen acceso a inmobiliario escolar lo que indica que los niños tienen acceso a materiales de estudio para contribuir a mejorar el acceso de enseñanza y aprendizaje, generando un bien común en la comunidad (Rivera y Malaver, 2011)

Tabla 3. Promoción educativa en el sector San José como iniciativa de las empresas agroindustriales

ACTIVIDADES	Nº	%
Capacitación de docentes	15	18
Mejoramiento de ambientes escolares	10	14
Implementación de inmobiliario	31	44
Todos	13	21
No sabe	2	3
TOTAL	71	100

Fuente: cuestionarios de encuestas; marzo 2017

En la tabla 3, observamos la distribución numérica y porcentual de actividades desarrolladas en el ámbito educativo, 44% manifiesta que han implementado con inmobiliario, mientras que el 15 que representa un 18% ha capacitado a los docentes, así mismo 13 que representa un 21% manifiesta que ha realizado todas las actividades señaladas, por otro lado que 10 que representa un 14% manifiesta que han realizado mejoramiento de ambientes escolares, finalmente un 3% manifiesta que no saben qué actividades ha desarrollado la empresa agroindustrial en las entidades de educación.

En esa línea, se han desarrollado proyectos de salud, siendo su objetivo reforzar infraestructura y equipamiento, entrega de medicinas a botiquines, realizar campañas de prevención, vacunación y atención médica; el 38% de los pobladores encuestados manifiestan que se vienen desarrollando el mejoramiento de infraestructura y equipamiento de servicios, la contribución de este proyecto se traduce en la construcción de nuevos locales o el mejoramiento de las que ya existen (Terán, Villareal y Fernández, 2017)). Las empresas agroindustriales orientan sus actividades hacia los objetivos planteados en el gobierno local, las actividades se articulan con la Municipalidad provincial de Virú, contribuyendo en el desarrollo de las diversas propuestas viables.

Tabla 4. Participación de las empresas agroindustriales en las actividades de la Municipalidad Provincial de Virú

ACTIVIDADES	Nº	%
Ayuda a la economía de la provincia	2	3
Desarrollo de capacidades y habilidades productivas en los pobladores.	33	46
Brinda iniciativas a los pobladores a desarrollar actividades comunales.	22	31
Todas	10	14
No sabe	4	6
TOTAL	71	100

Fuente: cuestionarios de encuestas; marzo 2017

En la tabla N° 4, se registra la distribución numérica y porcentual sobre la participación de las empresas agroindustriales con la Municipalidad en la Provincia de Virú, donde el 46% manifiesta que ha participado en mejorar el desarrollo de capacidades y habilidades productivas en los pobladores, mientras que el 22 que representa un 31% manifiesta que participa brindando iniciativas a los pobladores a desarrollar actividades comunales, así mismo 10 que representa un 14% manifiesta que ha participado en todas las actividades señaladas, por otro lado que 4 que representa un 6% manifiesta no sabe en lo que actividades ha participado la empresa con la Municipalidad, finalmente 2 que representa un 3% manifiesta que ha participado en la ayuda económica de la Provincia. Desde el inicio de sus operaciones, las empresas, ha trabajado en forma conjunta con las autoridades y comunidades, concertando la realización de proyectos para su beneficio y desarrollo, teniendo como uno de sus pilares corporativos la política de responsabilidad social y en base a una metodología de intervención que se acerca más a las iniciativas de desarrollo comunal, vía proyectos sociales participativos con visión sostenible. Todo proyecto que se implementa en las comunidades tiene su origen en la puesta en práctica de los principios de integralidad y participación comunitaria. Los miembros de las comunidades son orientados a descubrir sus habilidades, potencialidades y recursos para generar y poner en marcha iniciativas o proyectos que incrementen su calidad de vida y la de su comunidad.

Impacto de la responsabilidad social empresarial en el sector San José

La responsabilidad social empresarial ha tenido grandes avances y un importante impacto en la sociedad, en tres aspectos orientados a mejorar la calidad de vida de las personas: medio ambiente – a través de campañas de sensibilización, economía – con programas productivos – y social – donde prima educación, salud y cultura -, las actividades y proyectos enfocados en el desarrollo sostenible, bajo lineamiento y políticas del Estado (Sarmiento, 2011; Barbachan, 2018)

Tabla 5. Influencia de las actividades de responsabilidad social realizadas por empresas agroindustriales en el sector San José

ASPECTOS	N°	%
Mejores niveles de ingreso	33	46
Apertura y acceso a centros educativos	0	0
Acceso a servicios de salud	1	1
Acceso micro finanzas rurales	6	8
Generación de micro empresas	6	8
Todos	25	35
No sabe	0	0
TOTAL	71	100

Fuente: cuestionarios de encuestas; marzo 2017

En la tabla N° 5, se describen las áreas que ha mejorado la comunidad de San José, a partir de las actividades de responsabilidad social, desarrolladas por las empresas agroindustriales, donde el 46% manifiesta que se ha mejorado los niveles de ingreso, mientras que el 25 que representa un 35% manifiesta que se ha mejorado todos los aspectos mencionado, así mismo 6 que representa un 8% manifiesta que se mejorado en el acceso de migro finanzas rurales y generación de micro empresas y un 1% manifiesta que se ha mejorado en los accesos a servicios de salud. En esa línea, el 87% de la población manifiesta que su participación mejora su bienestar económico y el desarrollo de la comunidad y el 41% manifiesta que asiste a las reuniones que convocan los dirigentes para la formulación y ejecución de proyectos sociales en bienestar de la comunidad

Tabla 6. Las empresas establecen alianzas estratégicas para el cumplimiento de la responsabilidad social en el sector San José

Alianzas estratégicas	N°	%
No tiene	8	11
Si tiene	35	49
No conoce	16	23
Tiene dirigentes	6	8
No sabe	6	8
TOTAL	71	100

Fuente: cuestionarios de encuestas; marzo 2017

En la tabla 6, observamos la distribución numérica y porcentual que la empresa cuenta con Alianzas Estratégicas para el cumplimiento de la responsabilidad social, donde el 49% manifiesta que, si tiene alianzas estratégicas, mientras que el 23% manifiesta que no conoce, así mismo 8 que representa un 11% manifiesta que no tiene, por otro lado 6 que representa un 8% manifiesta que tiene dirigentes y otros que no saben. Se puede observar que el 49% de la población encuesta manifiesta que la Empresa tiene alianzas estratégicas las cuales apoyan al desarrollo de las diferentes actividades que realiza la empresa; ejecutan campañas de salud en la prevención de enfermedades siendo la población afectada los niños en mayor riesgo, por lo tanto se ve considerada el apoyo de otras entidades en la realización de capacitaciones para el personal de los servicios de salud con entidades prestadoras de salud en contribuir con el mejoramiento de éste en la comunidad, estableciendo alianzas como mecanismos de incrementar el valor de la organización.

El liderazgo de un proceso de alianza está en manos de un pequeño grupo de involucrados quienes el 39% participan brindando apoyo en los diferentes proyectos que desarrolla empresa esto podemos observar en él; siendo el objetivo principal de la participación fomentar la autodeterminación de la comunidad y promover un desarrollo sostenible. El 97% manifiesta que la participación es un eje prioritario para el cumplimiento de los objetivos de los proyectos ejecutados por la empresa de manera activa siendo estos facilitadores de herramientas necesarias para desarrollar otras acciones sociales que permitan mejorar las condiciones de vida de la población.

En el tabla 7, observamos la distribución numérica y porcentual de las formas de participación de los pobladores en los proyectos que desarrolla la empresa Camposol, donde podemos observar un total de 71 encuestados que representa el 100% de pobladores de san José, chao y virú, el 28 que representa el 39% manifiesta que brindan apoyo en los diferentes proyectos, mientras que el 15 que representa un 21% manifiesta que tomando iniciativa para la participación de otros vecinos y otros no opinan, finalmente 13 que representa un 18% manifiesta que asistiendo a las reuniones y capacitaciones del proyecto.

Tabla 7. Participación de los pobladores en los diferentes proyectos que la Empresa Camposol en sector de San José

ACTIVIDADES	Nº	%
Asistiendo a las reuniones y capacitaciones del proyecto	13	18
Brindando apoyo en los diferentes proyectos	28	39
Tomando iniciativa para la participación de otros vecinos	15	21
No opina	15	21
TOTAL	71	100

Fuente: cuestionarios de encuestas; marzo 2017

El actor social que participa en la formulación e implementación de los proyectos es el alcalde, señala así el 55% de la población encuestada, el alcalde es aquella persona que se identifica con la comunidad y pertenece a ella tienen una relación de dependencia con la comunidad es decir promueven el desarrollo de la comunidad a través de la creación de iniciativas sociales. El actor social participa en todas las fases (planificación, organización, ejecución, evaluación) en la realización de los proyectos el 56%; el actor social planifica el nivel del propósito al cual se quiere llegar para cumplir de la mejor manera, en la organización coordina con recursos disponibles (humanos, materiales y económicos) para un fin, en la ejecución se lleva a cabo la realización del proyecto para un servicio en la comunidad y por último en la evaluación realizan examen, estudio determinar la idoneidad del Proyecto (Villafán, Ayala, 2012)

4. CONCLUSIONES

En el sector San José de la provincia de Virú, no se percibe una cultura de responsabilidad social, un compromiso individual de la población en los diferentes aspectos que se orientan a mejorar la calidad de vida de las personas, ese compromiso generalmente se atañe a los gobernantes o autoridades, a las empresas que afectan el espacio, a las instituciones que les corresponde, no hay una identidad con la comunidad para asumir responsabilidades y participar en iniciativas en este contexto, lo que se hace necesario para hacer efectivas las actividades de responsabilidad social empresarial.

Las empresas agroindustriales tienen un área de responsabilidad social, donde especialistas en ciencias sociales planifican actividades, programas y proyectos que generen bienestar, tanto dentro de la empresa como fuera de ella, estas propuestas están ligadas o articuladas a las políticas de Estado y funcionan bajo normas establecidas en empresas socialmente responsables.

La influencia de las actividades de responsabilidad social, que emprenden las empresas agroindustriales Camposol, Damper, Nicolini y Talsa, funciona en la medida que la comunidad se involucra y participa, el mejoramiento de los servicios o espacios intervenidos es evidente, es decir la comunidad reconoce la contribución de las empresas agroindustriales, de acuerdo a sus motivaciones altruistas y sociales, sumando esfuerzos con las organizaciones, instituciones, municipalidad u otras empresas articuladas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, A.; Guerra, G.; Martell, A. 2006. Ética y responsabilidad social de los agronegocios en América Latina. *Journal of Technology Management & innovation*. Pp 53-63
- Avedaño, W. 2013. Responsabilidad social (RS) y responsabilidad social corporativa (RSC): una nueva perspectiva para las empresas. *Revista Lasallista Investigación*. Pp 152-163
- Barbachan, M. 2018. La responsabilidad social empresarial en el Perú: desafíos y oportunidades. *INNOVAG*. Pp 56-62
- Camacho, J. 2014. Las normas de responsabilidad social. Su dimensión en el ámbito laboral de las empresas. *Revista Latinoamericana de Derecho Social*. Pp 3-29
- Canessa, G.; García, E. 2005. El abc de la responsabilidad social empresarial en el Perú y en el mundo, Giuliana Canessa Illich / Emilio García Vega, Perú 2021 Estos objetivos fueron convenidos en la Cumbre del Milenio desarrollada por la ONU en septiembre del año 2000. 91 pp.
- Castro, C.; Álvarez, B. s/f. La igualdad en la responsabilidad social de las empresas. *Agencia de desarrollo local*. Pp 2-18
- Crespo, F. 2010. Entre el concepto y la práctica: responsabilidad social empresarial. *Estudios generales, Universidad ICESI – Colombia*. pp 119-130

- Colmenares, M.; Colmenares R. 2018. Gestión de la responsabilidad social empresarial del sector alimentario venezolano y ciudadanía. *ORBIS, Revista Científica Electrónica de Ciencias Humanas*. Pp 15-29
- Egg, A. 1974. *Diccionario de Trabajo Social*, Editorial Humanitas Argentina, 10º Edición.
- González, M.; López, M. 2014. Responsabilidad social desde la microempresa comercial Social. *Revista OIKOS*. Pp. 105 – 126
- Grueso, M. 2009. Responsabilidad social empresarial e igualdad de oportunidades en el empleo: ¿altruismo o legalidad? *Redalyc Sistema de Información Científica, Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal, Universidad del Rosario*. Pp 244-251
- Herani, M.; Haman, A. 2012. Percepción sobre el desarrollo sostenible de las mype en el Perú. *Martín. Sistema Double Blind review*. Pp 290-302
- López, A.; Felipe, J.; Ríos, M. 2017. La responsabilidad social empresarial desde la percepción del capital humano. Estudio de caso. *Revista de contabilidad, Spanish Accounting Review*. Pp 36-46
- Rivera, A.; Malaver, M. 201. La organización: los stakeholders y la responsabilidad social. Universidad del Rosario, Facultad de Administración, Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad (CEEP) Bogotá. 36 pp.
- Saldarriaga, J. 2013. Responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana. *Estudios Generales, Universidad ICESI España*. Pp 110-117
- Sapién, A.; Piñón, L.; Gutiérrez, M. 2015. Responsabilidad social empresarial en empresas chihuahuenses que obtuvieron el distintivo ESR. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas. Universidad Sergio Arboleda Colombia*. Pp 223-231
- Sarmiento, S. 2011. La responsabilidad social empresarial: gestión estratégica para la supervivencia de las empresas. *Dimens Empres*. Vol. 9, pp 6-15
- Toca, E. 2017. Aportes a la responsabilidad social. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales, Universidad Nacional Autónoma de México*. Pp. 393-408
- Terán, G.; Montenegro, B.; Bastidas, J.; Realpe, I.; Villarreal, F.; Fernández, L. 2017. Análisis crítico de la responsabilidad social en entidades de salud. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*. Pp 1-10
- Urdaneta, M.; Chirinos, A.; Perozo, G.; Urdaneta, R. 2011. La responsabilidad social: nuevo enfoque gerencial en las empresas mixtas del sector petrolero del estado. *Revista de Ciencias Sociales*. Pp 677-691
- Villafán, K.; Ayala, D. 2012. Responsabilidad social de las empresas agrícolas y agroindustriales aguacateras de Uruapan, Michoacán, y sus implicaciones en la competitividad. *Contaduría y Administración* 59.223-251