



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA**



**EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL
UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO.**

AUTORAS:
Aponte, Gheysmell
C.I 13.105.609
González, Yalines
C.I. 17.571.950

Bárbula, Abril de 2016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



**EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL UBICADA EN
VALENCIA ESTADO CARABOBO.**

Tutor: Delia Martínez

Línea de Investigación:

Gestión de Personas

Autoras:

Aponte, Gheysmell C.I 13.105.609

González, Yalines C.I. 17.571.950

Trabajo de Grado presentado para optar al título
de Licenciado en Relaciones Industriales

Bárbula, Abril de 2016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



VEREDICTO DEL JURADO

Nosotros jurado designado para la evaluación del Trabajo Especial de Grado titulado: **EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO**, presentado por los bachilleres: Aponte Gheysmell C.I: 13.105.609, Gonzalez Yalines C.I: 17.571.950, para optar al título de Licenciados en Relaciones Industriales, estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como: _____ a los _____ días del mes de _____ del 2.016

Nombre y Apellido Cedula de Identidad

Firma

DEDICATORIAS

A DIOS, EL TODOPODEROSO Y OMNIPOTENTE Creador quien me ha guiado y fortalecido en el sendero de mi vida para lograr alcanzar mi segundo objetivo profesional.

AMIS PADRES Segundo González por siempre confiar en mi esfuerzo y dedicación y gracias a su apoyo esto no hubiese sido posible, **Carmen Ávila**, por darme la vida y depositar su confianza y amor profundo, motivo de inspiración para lograr un triunfo más que es de ellos. Los Quiero. ¡**BENDICIÓN!**

A MI HERMANA por todo el apoyo incondicional y por ese aliento de fortaleza, **A MIS SOBRINAS Jilarie y Julia**, para que les sirva de ejemplo y motivación en el continuo proceso de preparación tanto profesional como personal y así lograr enfrentar con éxito los nuevos retos que nos presenta la sociedad. ¡**DIOS LAS CUIDE!**

GRACIAS a una **PERSONA MUY ESPECIAL** que llegó a mi vida **Y A MIS AMISTADES MAS ALLEGADAS** que con su apoyo, confianza y optimismo construyeron en el desarrollo de estos años de estudio.

AUTORA Yalines González.

A MI GRAN CREADOR DIOS, padre todopoderoso, que sin la fe que le tengo no hubiese podido llegar hasta aquí.

A MIS PADRES, por todo su apoyo incondicional y no abandonarme en los momentos más críticos de mi carrera.

A MI ADORADO HIJO SAMIR, para que esto le sirva de ejemplo donde la constancia y la dedicación se obtienen una gran recompensa, el título de Licenciada.

A MIS FAMILIARES, MIS AMIGOS Y AMIGAS que de alguna manera intervinieron para este logro, en especial a mi compañera de tesis Yali, que desde que empezamos la misma, hemos estado juntas en todo momento.

Autora Gheysmell Aponte.

AGRADECIMIENTO

Ante todo le damos gracias a Dios Todo Poderoso que nos ha dado salud, fortaleza para tomar el mejor camino. Primordialmente agradecemos a la Universidad de Carabobo en la Facultad de Ciencia Económica y Sociales puesto que nos ofreció conocimientos los cuales ayudaron para el desarrollo y elaboración final de este trabajo, por formarnos como profesionales.

Al igual que la empresa Agroindustrial Protinal, ya que nos permitió realizar allí nuestro trabajo especial de grado para optar a la Licenciatura de Relaciones Industriales, adquiriendo nuevos conocimientos y técnicas que nos servirán a lo largo de nuestro desempeño profesional, como también la ayuda de personas muy valiosas que fueron de gran aporte para el desarrollo de este proyecto. (Maite Goñi, Alexander Pacheco).

A nuestros Profesores Licenciada Anais Marrero, el Licenciado Bruno Valera y Licenciado Carlos Zambrano por brindarnos sus conocimientos, apoyo, tiempo, impartiendo ideas, y orientándonos en el campo. Por ofrecernos su amistad y ayuda en la realización de este proyecto.

A la Tutora Académico Delia Martínez y Asesora Metodológico Licenciada Leyda Colombo, quien marcó el camino dentro de las líneas de esta investigación, para sus logros. Que fue asignada como tutor y brindó su conocimiento en varios campos del área laboral y en la Responsabilidad Social, ayudándonos así en varios aspectos que requerimos para el desarrollo de nuestra carrera y proyecto.

También damos gracias a la Universidad y a la Empresa agroindustrial por permitirnos realizar el proyecto juntos y así ayudarnos en los momentos que requeríamos apoyo una de la otra, conocimientos y experiencias que nos marcaron como también en la carrera y que nos enseñaron a que en la vida no hay fracaso sino lecciones por aprender, lo cual nos dejaron muchas enseñanzas.

Profesores que a lo largo de la carrera fueron un patrón de enseñanza y ejemplo a seguir: Themis Sandoval, María Candelaria Rodríguez, Judith Bracho, Profesor Colina, Yamilet Smith.

A TODOS MIL GRACIAS!!!



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
CAMPUS BÁRBULA



Evaluación de los Programas de Responsabilidad Social Empresarial en una Empresa Agroindustrial Ubicada en Valencia Estado Carabobo

Autoras: Aponte, Gheysmell y
González, Yalines

Tutor: Delia Martínez

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido en un punto clave de acción, en Venezuela existen organizaciones donde la misma forma parte de su cultura desde hace más de 10 años, como es el caso de la empresa en estudio, quien ha venido desarrollando actividades sociales en pro del trabajador y su entorno, sin embargo no cuenta con un estudio que le permita determinar de qué manera el programa de responsabilidad social empresarial (RSE) contribuye con las áreas de la RSE, siendo por ello el objetivo de esta investigación, evaluar los programas de responsabilidad social empresarial en la empresa Agroindustrial (Protinal, C.A). Se aplicó una metodología que se clasificó como estudio de campo, de tipo descriptivo, con diseño transversal. La población fue de tipo finita y estuvo constituida por (96) empleados y (54) obreros adscritos a la sede central de la empresa y de las sucursales que se encuentran en el Estado Carabobo. Se trabajó con una muestra de (30) trabajadores adscritos a la sede central de la empresa en el Estado Carabobo, a quienes se le aplicó un cuestionario tipo escala de liker conformado por sesenta (60) preguntas abiertas con una escala de (1 al 5) como alternativa y así medir el impacto del programa de RSE en cinco (5) áreas de RSE (Apoyo a los Trabajadores, Ambiente de Trabajo y Empleo, Protección del Medio Ambiente, Marketing Responsable, Valores y Principios Éticos), se contó con la validación de (3) expertos y la confiabilidad se obtuvo a través del estadístico Alpha de Crombach. Se concluyó que los trabajadores ven a la organización como personas responsable, aun cuando la mayoría no tiene un conocimiento exacto del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, por lo cual se le recomendó a la compañía publicar las labores sociales que realiza así como reforzar los planes que ya tiene en ejecución, para que esto repercuta de una manera positiva en el desenvolvimiento de las operaciones de la empresa, recomendándose propuestas de intervención.

Palabras Claves: Responsabilidad Social Empresarial, Programas de Responsabilidad Social Empresarial, Impacto, Áreas de la Responsabilidad Social Empresarial, Lineamientos Generales de Responsabilidad Social Empresarial.



UNIVERSITY OF CARABOBO
FACULTY OF ECONOMIC AND SOCIAL
SCHOOL OF INDUSTRIAL RELATIONS
CAMPUS BÁRBULA



**Evaluation of Corporate Social Responsibility Programs in Agroindustrial company
located in Valencia, Carabobo State**

Authors: Aponte, Gheysmell y
González, Yalines

Tutor: Delia Martínez

SUMMARY

Corporate Social Responsibility has become a key point of action, in Venezuela there are organizations where it is part of their culture for more than 10 years, as in the case of the company in the study, who has been developing social activities pro worker and his environment, however does not have a study that allows him to determine how the program of corporate social responsibility (CSR) contributes to the areas of CSR, being therefore the objective of this research, evaluate programs corporate social responsibility in the Agroindustrial (Protinal, CA). A methodology that was classified as field study descriptive with cross-sectional design was applied. The population was finite type and consisted of (96) employees and (54) attached to the headquarters of the company and branches that are in the Carabobo state workers. We worked with a sample of (30) attached to the headquarters of the company in the Carabobo state workers, whom I will apply a standard questionnaire scale liker comprised of sixty (60) open questions with a scale (1 to 5) as an alternative and thus measure the impact of CSR program in five (5) areas of CSR (Support Workers Work Environment and Employment, Environmental Protection, Responsible Marketing, Values and Ethical Principles), he had the validation (3) experts and reliability was obtained through statistical Cronbach Alpha. It was concluded that workers see the organization as people responsible, even though most do not have an exact knowledge of the concept of corporate social responsibility, so it is recommended that the company publish the social work carried out and strengthen plans is already running, so this will eventually result in a positive way in the development of the operations of the company, recommending proposals for intervention.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Corporate Social Responsibility Programs, Impact Areas Corporate Social Responsibility, General Guidelines Corporate Social Responsibility.

INDICE GENERAL

	PAG.
Veredicto del Jurado	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Summary	vii
Índice General	viii
Índice de Cuadros y Tablas	xi
Introducción	1

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema	4
Objetivos de la Investigación	12
Objetivo General	12
Objetivo Específico	12
Justificación de la Investigación	12

CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Antecedentes de la Investigación	15
Bases Teóricas	23
Bases Legales	59
Definición de Términos Básico	76

CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO

Naturaleza de la Investigación	79
Estrategias Metodológicas	83
Población y Muestra	87
Instrumentos y Técnicas de Recolección de Información	81

CAPÍTULO IV ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

Análisis e Interpretación de los Resultados	830
--	-----

CAPÍTULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones	115
Recomendaciones	119
Bibliografía	121
Anexos	129
A. Instrumento de Evaluación aplicado a la muestra.	
B. Tabulación Alpha de Crombach	
C. Tabla de Tabulación por Área de la Responsabilidad Social Empresaria	
D. Tabla de Tabulación de Indicador por Área de la Responsabilidad Social Empresaria	
E. Copia del oficio del Nombramiento del Tutor	
F. Constancia de Aprobación del Tutor	
G. Carta de Aceptación	

H. Carta de Validación del Instrumento (Metodológico)

I. Carta de Validación del Instrumento (Estadístico)

J. Carta de Validación del Instrumento (Teórico)

K. Carta de Cambio de Título

INDICE CUADRO

	PAG.
1. Cuadro Técnico Metodológico.....	85
2. Distribución de Población por Sucursal y Estratos.....	87
3. Área de Apoyo a los trabajadores.....	97
4. Área de Condiciones de Medio Ambiente Laboral.....	100
5. Área de Protección del Medio Ambiente	105
6. Área de Marketing Responsable.....	108
7. Área de Valores y Principios Éticos.....	111

INDICE TABLA

	PAG.
1. Formato de la Tabla de Distribución de Frecuencia por Área.....	86

INTRODUCCION

Las organizaciones que están a la vanguardia dentro de la competencia internacional, trabajan por el mejoramiento de su ventaja competitiva a través de la innovación y creatividad dentro de sus prácticas empresariales. Es así como las organizaciones de hoy, están atendiendo a las carencias de la sociedad actual como un compromiso adquirido, sin dejar de lado el objeto social de la organización.

De este modo, se modifica el papel de las organizaciones. No se trata únicamente de que las empresas realicen una actividad empresarial tradicional como es la generación de trabajo y riqueza para la sociedad, sino que intervenga en el desarrollo social de la comunidad en la que reside, bien sea local, nacional o mundial atendiendo primeramente a los sectores menos favorecidos.

Es por ello que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), debe ser entendida de manera global, se ha constituido como una tendencia en crecimiento. El auge de la RSE refleja, en definitiva, el resurgimiento de valores en la sociedad y manifiesta la necesidad que sienten las empresas de involucrarse a través de sus iniciativas con la sociedad civil, igualmente deberá permanecer integrada en toda la cadena de valor y actuar como factor estratégico y herramienta de gestión y control, que permita articular la rentabilidad económica a la social.

En este orden de ideas, la RSE es además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en el gobierno, estrategia y gestión de las empresas de las políticas y procedimientos sociales, laborales, económicos, medioambientales, de respeto a los derechos humanos, etc., que surgen de la relación y el diálogo transparente con sus grupos de interés.

La RSE también conocida como Ciudadanía Corporativa, alude al modo en que la empresa se relaciona e impacta en la sociedad a través de sus prácticas, y a la influencia que la sociedad y las expectativas de los actores sociales tienen sobre la empresa.

La RSE se presenta a través de acciones que no son extraordinarias, ni promueven necesariamente la imagen y el reconocimiento de la empresa. Tienen, sin embargo, un efecto positivo en la sociedad, se ven claramente que las empresas están tomando conciencia de que se debe hacer. De allí que se presente la siguiente investigación, ya que la empresa Agroindustrial (Protinal C.A.) desea orientar mejores y más políticas empresariales dirigidas a este tema. Partiendo de éstos aspectos, se presenta la siguiente investigación la cual está dividida en cinco capítulos en los cuales se muestra:

Capítulo I: El Problema. Se refiere al problema objeto de estudio. Se desarrolla en este capítulo información relacionada con el problema, así como los objetivos de la investigación, su justificación e importancia del estudio. Se evidencia en éste la necesidad de evaluar la los programas de Responsabilidad Social Empresarial tiene la empresa Agroindustrial (Protinal C.A.).

Capítulo II: Marco Teórico Referencial. Este capítulo, es el que sirve de apoyo teórico a la presente investigación. Se describen los antecedentes del estudio, los cuales son trabajos anteriores sobre el tema, e igualmente las bases teóricas como definiciones de RSE, diferencia entre ésta y la filantropía, dimensiones, Áreas de la Responsabilidad Social Empresarial beneficios, y conceptos como inversión social y programas de RSE.

Capítulo III: Marco Metodológico. Allí se presenta la naturaleza de la investigación, la población y muestra objeto de estudio, los procesos de investigación,

instrumentos de recolección de información, así como un bosquejo de cómo se trató la información recolectada.

Capítulo IV: Análisis e Interpretación de los Resultados. En este capítulo se dan a conocer los resultados obtenidos y analizados de la información recolectada mediante la aplicación de los instrumentos.

Capítulo V. Se reflejan las Conclusiones y Recomendaciones producto de la investigación.

Finalmente se presentan las referencias consultadas así como los anexos correspondientes.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La Responsabilidad Social empresarial es un tema con una alta significación y complejas dimensiones, por los elementos que la caracterizan, estrechamente vinculada con el ejercicio de la ética y el compromiso social en la gerencia moderna. Para algunos autores, el origen de esta práctica empresarial se remonta entrada a la segunda mitad del siglo xx, ante de la consolidación de poderosos grupos económicos transaccionales y la presión de sectores sociales contestatarios que exigían mayor transparencia y respuesta, responsable ante sus acciones de negocio. Sin embargo el tema cobra mayor esfuerzo a finales del siglo pasado ante escándalos de corrupción en los cuales se ha visto involucrados algunas de las grandes corporaciones mundiales. Los estudiosos más radicales del tema ético en la empresa, afirman que se trata de una enfermedad moral del sistema capitalista que ha producidos grandes desequilibrios en la relación Empresa-Sociedad-Estado. Este desequilibrio ha generado el surgimiento de regulaciones, conocidas hoy en día como el código de ética empresarial. Adela Cortina, (2002:11) afirma que:

La transparencia y la integridad son bienes públicos tanto en las organizaciones públicas como en las privadas, porque crean un espacio de confianza en lo que dicen políticos, empresa, organizaciones solidarias y otros agentes sociales; justamente son ellas y no la corrupción las que componen, en la vida pública y la empresarial, ese aceite de confianza en las instituciones y en las personas que engrasan los mecanismos sociales haciéndolos funcionar.

Partiendo de este comentario, igualdad, transparencia y confianza provienen del mundo de la ética, de modo que existe una conexión estrecha entre las presunciones éticas y las actualizaciones económicas.

Peter Drucker (1999:102), expresa que “La sociedad de la organización, la sociedad del saber exige una organización basada en la responsabilidad en este sentido, en la gerencia moderna, la responsabilidad social empresarial ha de ser un elemento interno de la ética de la organización”. Para este autor no se puede hablar plenamente de la responsabilidad social de la empresa sin reelaborar éticamente su comprensión: de modo que este concepto tiene que ser considerado un elemento interno de la ética de la organización. Existe muchas definiciones de Responsabilidad Social Empresarial, pero de una u otra forma, todas coinciden en que el valor de una empresa va más allá de su función comercial; su estrategia de negocio se crea cuando trasciende lo material, para impactar positivamente el entorno a través de beneficios a la sociedad, compuesta por empleados, directores, clientes, accionistas, proveedores, estado y la comunidad en general.

Siendo un mecanismo de protección por parte de las empresas para la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social a nivel económico y ambiental, originando sociedades organizadas. Convirtiéndose la Responsabilidad Social Empresarial en la nueva estrategia corporativa del siglo XXI, dentro de todas las tendencias de administración y gerencia.

Englobando una serie de obligaciones internas y externas del entorno empresarial; de esta manera, a nivel mundial la Responsabilidad Social Empresarial refleja la importancia que tienen las organizaciones sin fines de lucro en la economía de los países desarrollados, convirtiéndose en una filantropía digna al crecimiento del ser obrero, empleado y comunidad, para fortalecimiento de una empresa, creando actualmente una competencia dentro del sector industrial entre empresas, así como

Martínez (2007), cita a Cardozo (2003), *“esta competitividad ha implicado establecerse más allá de su estricta lógica de generación de riqueza y empleo, a efecto de reorientar su rol en agentes de cambio y desarrollo para las comunidades en las cuales se desenvuelven”*, explicando la relación existente entre la empresa y la comunidad.

Es ética de una empresa, el servir a los trabajadores y su comunidad, en el servicio, respeto de derechos humanos, respeto al ambiente y cumplir con las leyes establecidas, reglamentos, normas y costumbres internas y externas. Sin embargo, el desarrollo de todo este auge de crecimiento socio - económico fue generándose en Europa, donde iniciaron organismos que hicieran cumplir esta nueva doctrina empresarial, tales como lo es La Unión Europea (U.E), La Organización de la Naciones Unidas (ONU) y la Organización Internacional del Trabajo (OIT), entre otros, llegando hasta la actualidad en crearse pactos mundiales, en donde las empresas se comprometen a alinear sus estrategias y operaciones dentro de los principios establecidos para la Responsabilidad Social Empresarial. Así como lo describe) Comisión Europea (CE (2001),

“la mayoría de las definiciones de un comportamiento empresarial socialmente responsable hacen referencia al carácter voluntario de su asunción por la empresa. La comisión Europea se ha posicionado definitivamente a favor de este acercamiento cuando afirma que la Responsabilidad Social de la empresa implica la integración voluntaria de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”. p 366.

La responsabilidad social empresarial abarca tres niveles: el primero que comprende a los accionistas, directivos y empleados; el segundo que abarca a proveedores, aliados y clientes; el tercer nivel que engloba el entorno en general. El

primer nivel se mueve en la dimensión interna mientras que el segundo y tercer nivel, en la dimensión externa.

La discusión pública acerca de las responsabilidades empresariales en el área internacional, está en debate plenamente, incluso se ha implementado normativas legales e iniciativas voluntarias. Un nuevo enfoque que comenzó con la publicación en el año 2001, del Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las Empresas de la Comisión Europea y que se intensificó con el Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU); éste último, no es un instrumento regulador ni concede certificaciones, por el contrario, es un instrumento de libre adscripción por parte de las empresas u organizaciones laborales y civiles, el cual aboga para que los gerentes adopten principios de derechos humanos, normas laborales y protección al medio ambiente.

Ahora bien, en medio de la escalada que la izquierda protagoniza en el subcontinente, con una pronunciada polarización económica, donde los ricos son cada vez más ricos, y los pobres cada vez son más pobres, es lógico preguntarse de qué manera puede el sector empresarial latinoamericano hacer negocios, producir dinero, y a la vez, consustanciarse con la lucha en contra del doloroso panorama de pobreza que exhiben nuestros pueblos.

La responsabilidad social empresarial debe arrancar desde adentro de la organización, con su propia gente a la par con el entorno social y familiar, por medio de diversos planes estratégicos, la misma debe tomar en cuenta las necesidades internas de su personal (aquellas que pueda o no satisfacer), la cultura y clima organizacional, involucrando aquí factores claves tales como valores, principios, ética, sentido de pertenencia, metas y objetivos; considerar que la organización está formada por personas, cada una de ellas con sus necesidades propias así como otras más colectivas.

Para los países subdesarrollados como los de América Latina, principalmente Venezuela, este auge de desarrollo humanitario por parte del sector industrial privado lo emprende un empresario, Eugenio Mendoza Goiticoa, primer líder empresarial del país, que tras su gerencia fundó varias empresas que dieron el más alto nivel de empleos a mediados del siglo XX, como fue el caso de *Protinal*, originando la creación de instituciones dedicadas a la acción social, capaces de generar sus propios ingresos, desarrollando el concepto de la sustentabilidad y que hoy está en boga a nivel mundial, con el término de la *Responsabilidad Social Empresarial*.

Inversión social empresaria, así como lo expresa Vogeler (2004), en uno de sus tantos discursos, haciendo remembranzas de las palabras de Eugenio Mendoza Goiticoa, “*el ejercicio de la profesión no debe estar dirigido únicamente al beneficio personal; debe manifestarse en un profundo espíritu de servicio y una constante preocupación frente a las grandes necesidades que nos rodean*”.

En este sentido, en Venezuela la discusión ya se deja notar, puesto que se están desarrollando debates, seminarios y foros en torno al tema, incluso en el régimen legal, específicamente en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela del año 1999 se encuentra establecido el término Responsabilidad Social, que está expresado en el artículo 135 del texto prenombrado, es cual es del tenor siguiente:

“Las obligaciones que correspondan al Estado, conforme a esta Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y a la ley, en cumplimiento de los fines del bienestar social general, no excluyen las que, en virtud de la solidaridad y responsabilidad social y asistencia humanitaria, correspondan a los o a las particulares según su capacidad... *(omissis)*”
(Subrayado agregado).

Todo este trabajo, está teniendo resultados positivos, pues algunas empresas venezolanas y extranjeras, han comenzado a adoptar acciones de RSE. En Venezuela están siendo cada vez más difundidas en las grandes organizaciones que hacen vida en la nación.

A este respecto es importante mencionar que la RSE constituye la oportunidad para los empresarios de demostrar que la sensibilidad social y generación de riqueza no son aspectos reñidos entre sí. Méndez (2004) apunta que, en la región, Brasil está a la cabeza. En el mundo podría decirse que Estados Unidos lleva la delantera, si se ve el asunto desde la perspectiva de la metodización del trabajo y el tamaño de los montos aportados; pero en Europa se adelanta una gestión enfocada hacia la reivindicación de la RSE como un arma de validación de derechos humanos y sociales; un modelo de esencia humanista, lo cual podría contemplarse perfectamente como algo más relevante.

Así pues, la RSE entendida de manera global, deberá permanecer integrada en la cadena de valor y actuar como factor estratégico y herramienta de gestión y control; que permita unir la rentabilidad económica a la social. Es además del cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración en el gobierno, estrategia y gestión de las empresas de las políticas y procedimientos sociales, laborales, económicos, medioambientales, de respeto a los derechos humanos, entre otros, que surgen de la relación y el diálogo transparente con los grupos de interés.

De lo anterior se deduce que aquella empresa que quiera identificarse como socialmente responsable, primeramente, tiene que demostrar que cumple con la normativa vigente en todas las materias y posteriormente, será verdaderamente responsable si realiza una serie de acciones incorporadas a su estrategia, con carácter voluntario.

En definitiva, una empresa se considerará económica, medio-ambiental y socialmente responsable cuando responda satisfactoriamente a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los diversos actores y se responsabilice de las consecuencias y los impactos que se deriven de sus acciones.

En este sentido, nace la presente investigación aplicada a una organización Agroindustrial, la cual es una empresa radicada en la ciudad de Valencia, en el Estado Carabobo, cuyo objeto principal es la elaboración de Productos Alimenticios para animales y Procesamiento de Productos Agrícolas: Aves de corral, huevos y otros. Cuenta con un capital cien por ciento (100%) nacional; además con una infraestructura de 30 establecimientos en todo el país y con un capital humano de más de 1000 trabajadores.

Hoy la empresa Agroindustrial (Proagro C.A., y Protinal) están dedicadas al sector de alimentos pecuarios, comenzando a surgir como compañías a partir de un pequeño departamento de la firma de Eugenio Mendoza, el cual comienza a manejar las exportaciones avícolas del país con excelentes resultados, siendo uno de los factores esenciales en la recuperación de esta actividad, que constituye una notable fuente de proteína para la alimentación del pueblo.

La Empresa Agroindustrial (Proagro C.A, y Protinal) como organización moderna, la cual se encuentra en la búsqueda de una solución de los aspectos anteriormente nombrados, no escapa a esta realidad, es por ello que se actualmente que la organización en la cual se puesto en práctica programas sociales para la comunidad y sus trabajadores, los que han sido reconocidos por su aporte a la solución de problemas sociales críticos, en la actualidad se encuentra en la necesidad de reorientar su rol para tener la precisión real de que la inversión está teniendo un impacto social positivo en este sentido, surgiendo el interés por evaluar su gestión con los programas en lo que respecta al tema de la responsabilidad social empresarial,

como se ha venido explicando, para poder decir que es una organización socialmente responsable, debe comenzarse por poner en practica programas de Responsabilidad Social Empresarial, lo que trae consigo beneficios que incurren en el mejor desenvolvimiento de la empresa.

Es importante destacar que para la organización objeto del presente estudio, el capital humano es uno de los aspectos más importantes en el desenvolvimiento de sus actividades, así como las relaciones que ésta mantiene con las comunidades a su alrededor. Es por lo anterior, que surge la inquietud de desarrollar la presente investigación con la finalidad de diagnosticar los niveles de satisfacción alcanzados a partir de la aplicación de los programas que está implementando la empresa en función de los beneficios de sus trabajadores, tales como programas de bonificación, ayudas a las comunidades cercana a la empresa, entre otros, lo cual consecutivamente permitirá conocer como éstos perciben la RSE de la empresa.

Luego de haber expuesto todas las razones y las consecuencias de la Responsabilidad Social Empresarial como problemática interna que presenta la empresa, caben las siguientes interrogantes: ¿Cuáles son los programas RSE que la organización hoy en día tiene en práctica? ¿Los trabajadores se sienten identificados con estos programas? ¿Los trabajadores perciben que estos programas les resuelven algunos de sus problemas de salud, vivienda, alimentación? ¿Cuál es el nivel de impacto de los trabajadores en la empresa Agroindustrial ubicada en Valencia Edo Carabobo con respecto a la Responsabilidad Social Empresarial? ¿Los programas de RSE obedecen a una política empresarial sostenida? ¿Se lleva un verdadero registro, control y seguimiento a estos programas?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Evaluar los programas de la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Agroindustrial ubicada en Valencia Estado Carabobo, con el fin de aportar a la organización, las herramientas teóricas y prácticas acerca de la temática planteada.

Objetivos Específicos

1. Analizar los programas de la Responsabilidad Social Empresarial que actualmente está desarrollando la organización.
2. Identificar las áreas de impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa Agroindustrial.
3. Determinar los lineamientos generales que posee la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial asociada a la empresa Agroindustrial ubicada en Valencia Estado Carabobo.

Justificación de la Investigación

Esta investigación reviste su importancia socio económica puesto que la Empresa Agroindustrial ha tenido en el Estado Carabobo un posicionamiento económico importante a lo largo de los 77 años de su fundación. Empresa que ha generado innumerables fuentes de empleo, expandida por todo el territorio venezolano, a lo largo de su vida empresarial. En relevancia, el objeto de la investigación adquiere importancia ya que ubica a una empresa del sector Agroindustrial (específicamente a la planta de alimentos) en sintonía con el interés mundial de difusión de actividades responsables, a través de la propuesta de una evaluación de los programas, cuyo empleo dispensará ventajas competitivas.

Bajo la perspectiva metodológica, la investigación se justifica por cuanto puede establecerse como antecedente, contribuyendo para posteriores estudios en el marco de la variable en estudio como es la responsabilidad social; como también, por la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de los datos y análisis desarrollado en el estudio. Por otra parte, el alcance de este trabajo de grado escribe en ser precursor del ejercicio de la responsabilidad social de la empresa en cuestión, no solo interna sino externamente, generándose un efecto domino en empresas similares.

Todo ello confluirá en la construcción de una plataforma organizacional sólida alineada con una visión de futuro, que contempla todos los posibles escenarios y por ende garantizará la participación sostenida en el mercado de manera rentable, competitiva y responsable.

De esta forma, se considera que la investigación permite dar a conocer la trascendencia comunitaria de la empresa Agroindustrial y los beneficios que ella ha traído a miles de pobladores y visitantes, a través de programas de alta trascendencia social, sin olvidar el aspecto tecno-industrial y económico.

De igual manera, se hace pertinente este estudio, por cuanto en la actualidad la legislación venezolana cumple con normativas mundiales, estimulando, por una parte, y obligando por otra, a las personas jurídicas a dar solución a las necesidades sociales de las comunidades. En tal sentido, este trabajo se hace relevante, ya que no existe información condensada sobre los aportes de la Responsabilidad Social de la Empresa Agroindustrial a lo largo de su existencia. Motivo por el cual, se pretende dar respuesta efectiva a este análisis de los programas de Responsabilidad Social Empresarial.

Asimismo, desde un punto de vista académicos resultados del presente trabajo de grado constituyen significativamente en la formación gerencial y social de sus autoras, además aspira reforzar y amplificar los conocimientos relativos a la Responsabilidad Social Empresarial y servir de antecedente para futuras investigaciones vinculadas al tema.

Finalmente esta investigación deja contribuciones al nivel profesional demostrando que la Responsabilidad Social Empresarial debe ser asumida por la empresa desde el ámbito interno como el externo, y considerando la reputación de una organización como un intangible muy valioso para la organización empresarial. De la misma manera sirva de aporte a futuras investigaciones que tenga similitud como el tema y profesionalmente para cada una de las autoras para la práctica diaria en el desarrollo de las actividades diarias en el lugar de trabajo de acuerdo con el análisis de este estudio.

Por lo tanto se concluye que al no poseer un instrumento que sirva para medir los indicadores de gestión humana en donde se pueda calificar las variables de estudio, esto trae como consecuencia la falta de conocimiento en cuanto a beneficios y obras hacia el talento de la empresa (trabajadores) otorga la Responsabilidad Social Empresarial.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Antecedentes de la Investigación

El tema de investigación ha tenido estudios directos en relación a la empresa Agroindustrial. Sin embargo se han ubicado trabajos que demuestran un interés a lo que se quiere demostrar en este estudio con el fin de determinar el enfoque metodológico y hacer sintaxis a nivel de conceptos de investigación o trabajos realizados sobre el problema formulados, esto se hace con la finalidad de tener un mayor apoyo a la hora de realizar cualquier estudio a través de la revisión de trabajos o investigaciones anteriores.

Haciendo mención de los trabajos relacionados con la industria en el país y la región, a través de la comunidad y la sociedad, que son los primeros en presenciar la cooperación y acciones solidarias de algunas empresas por medio de la Responsabilidad Social Empresarial, que es la base principal siendo el punto de partida para desarrollar este trabajo, demostrado por Marín, K. (2003), donde realizó una investigación sobre la **“Responsabilidad Social Empresarial como valor primario de reputación corporativa”**, desde una perspectiva de las comunicaciones integradas, La investigación dio lugar para optar al grado de Especialista estudio realizado en la Universidad Metropolitana en Caracas, cuyo objetivo fue analizar el tema de la RSE en sus diferentes concepciones y en el impacto de ésta como valor primario de la percepción e imagen corporativa, incluyendo entre sus aspectos resaltantes la Responsabilidad Social Empresarial de una empresa que genera un desarrollo humano integral, debido a que permite a los trabajadores un desarrollo profesional, una meritocracia, una motivación y una mayor responsabilidad como personas y con la organización donde labora.

Demostrando que la Responsabilidad Social Empresarial debe ser asumida por la empresa desde el ámbito interno como el externo, considerando la reputación de una organización como un intangible muy valioso para la organización empresarial. Donde la presente investigación, confirmó que la participación de los trabajadores en los programas derivados de la Responsabilidad social Empresarial, y que tiene efectos favorables en las personas, permitiéndolos ser utilizados como guía para la investigación planteada, toda vez, que involucra al recurso humano como pilar para la creación de un Programa de Voluntariado en la Organización.

Hernández, R. (2005), **“Las prácticas de responsabilidad social de las organizaciones manufactureras del estado Carabobo y su contribución al mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores. Caso: ensambladores de vehículos”**. Estudio realizado en la Universidad de Carabobo. El objetivo del trabajo consistió en diagnosticar los tipos y las prácticas de responsabilidad social de las organizaciones manufactureras del estado Carabobo y su contribución al mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores.

La metodología empleada en el estudio propuesto, se adecuó a los propósitos de la investigación descriptiva y se adoptó la modalidad cualitativa, se trabajó únicamente a nivel de interpretación así como análisis de la información. El diseño asumido fue el bibliográfico o documental, al obtener los datos a partir de la aplicación de técnicas documentales (observación documental, lectura evaluativa y resumen analítico). Tanto para el análisis como para la interpretación de la información, se utilizaron las técnicas de análisis de contenido y semiológico. De los análisis obtenidos en la investigación se precisó el auge que está adquiriendo en Venezuela las normas de responsabilidad social, como un mecanismo para la defensa y contribución al mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores.

Generando como conclusión que las prácticas actualmente en Venezuela son débiles y que debe ser una adopción voluntaria por parte de las organizaciones siendo importante que exista voluntad por parte del empresariado en comprometerse en pro del bienestar a los trabajadores a través de acciones de responsabilidad social.

Esta investigación sirvió como aportes al presente estudio de investigación, ya que proporcionó elementos importantes a nivel teórico y metodológico sobre la contribución que tiene la responsabilidad social empresarial en la calidad de vida de los trabajadores evidenciando que efectivamente es necesario que las organizaciones realicen actividades de tipo social, para contribuir al bienestar de los trabajadores, contando con una participación de manera voluntaria.

Así mismo, Hipólito, E y Palacios, J (2006), “**La gerencia pública y la responsabilidad social**”. Trabajo de grado presentado en la UNEFA y cuyo investigativo propósito fue analizar la concepción de responsabilidad social que orienta la gestión pública en la Vicepresidencia de la República Bolivariana de Venezuela, durante el período 2003- 2006.

En cuanto a la Metodología, se enmarcó dentro de la modalidad de las ciencias fácticas, fundamentado en una investigación no experimental, cuantitativa, de diseño documental y de campo, de carácter descriptivo.

Esta investigación resultó interesante, ya que enmarca la responsabilidad social empresarial en una organización pública, lo cual evidencia que las acciones sociales están presentes en cualquier organización independientemente del sector al que pertenezcan público o privado, que igualmente sus trabajadores requieren acciones sociales siendo importante para que las mismas sean realmente eficientes, el compromiso y participación de todos los que forman parte de la organización al igual

que el Estado no se desliga de su rol como actor clave para la ejecución de la responsabilidad social, el cual va más allá del establecimiento de leyes o normativas.

Como conclusión, se puede indicar que dentro de la Vicepresidencia de la República, existen elementos de gestión social que según los teóricos forman parte de la responsabilidad social, para lo cual se recomienda establecer un compromiso entre la Vicepresidencia de la República, las autoridades y personas involucradas en los procesos y acciones de Responsabilidad Social, para dar cumplimiento a los preceptos que caracterizan a una institución como socialmente responsable, y lograr un impacto positivo hacia los individuos.

Alvarado, W. (2007), para optar al grado de Especialista en Gerencia, Mención Empresarial estudio realizado en la Universidad Centroccidental “Lisandro Alvarado”, plasmando una investigación la cual tuvo por nombre la **Evaluación de la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Preca, S.A. y de sus Sucursales Ubicadas en el Estado Lara**, la cual estuvo orientada en hacer un análisis que sirvió como herramienta de consulta para todos los interesados en saber cómo es la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la empresa PRECA, S.A.

Para lograr cumplir con el objetivo planteado se aplicó una metodología que se clasificó como un estudio de campo, de tipo descriptivo, con diseño transeccional o transversal. La población fue de tipo finita y estuvo constituida por los empleados y obreros adscritos a la sede central de la empresa y de las sucursales que se encuentran en el Estado Lara. La muestra de la investigación es probabilística estratificada.

Luego se concluyó que los trabajadores ven a la organización como un ciudadano responsable, aun cuando la mayoría no tiene un conocimiento exacto del concepto de Responsabilidad Social Empresarial, por lo cual se le recomendó a la

compañía publicar las labores sociales que realiza así como reforzar los planes que ya tiene en ejecución, para que esto repercuta de una manera positiva en el desenvolvimiento de las operaciones de la empresa.

Esta investigación aportó contribuciones al presente estudio ya que proporcionó elementos sustanciales a nivel teórico y metodológico sobre la contribución que tiene la responsabilidad social empresarial en la gestión humana asegurando que efectivamente es necesario que las organizaciones realicen una evaluación de las actividades de tipo social para contribuir al bienestar de los trabajadores, para la efectividad de la RSE en la empresa.

Al respecto, Molina (2011), presentó una Tesis Doctoral en la Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín, que tituló **Ética empresarial y responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de determinar la relación entre ética empresarial y responsabilidad social de la PYME, en la Parroquia Altagracia, Municipio Miranda, del Estado Zulia**. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva correlacionar descriptiva, diseño de campo, no experimental, transversal descriptivo. La muestra estuvo conformado por los trabajadores de la Pyme lo cuales fueron 79, se aplicó la técnica de la observación directa, el instrumento aplicado fue el cuestionario estructurado, estructurado por 38 ítems, y validados por 10 expertos, la confiabilidad se obtuvo aplicando la fórmula Alfa de Cronbach, obteniendo como resultado un coeficiente de Kerne 0,90 para la ética empresarial y 0.86 para la responsabilidad social.

Los resultados obtenidos permitieron conocer que entre la variable ética empresarial y responsabilidad social existe un gran índice de correlación ya que la ética son los valores morales que orientan la conducta de los trabajadores a realizar compromisos sociales en pro de logro de un desempeño efectivo, de compromiso social para trabajadores y comunidades. Ahora bien para que pueda darse una

asociación tenderera debe prevalecer la comunicación efectiva, la cual gira grandes debilidades.

El aporte del trabajo previo, está dado por la vinculación de la responsabilidad social empresarial con el aspecto ético moral, así como con la comunicación como herramientas indispensables en la gestión empresarial, por tratarse de virtudes humanas que permiten promover bienestar a todos los involucrados en el entorno laboral.

Seguidamente Zárraga, J. (2012), para optar a sus estudio de maestría de Historia de Venezuela en la Universidad de Carabobo realizo la presente investigación que tuvo por nombre **Responsabilidad Social Empresarial de Protinal como Aporte al Desarrollo Humano de la Sociedad Carabobeña**. A mitad del siglo XX, en la ciudad de Valencia del Estado Carabobo, la empresa que contribuyo al desarrollo industrial de Venezuela, destacando su proyección a lo que actualmente es la Responsabilidad Social Empresarial de Protinal en la sociedad carabobeña. El objetivo general será: Sistematizar la Información socio histórica del impacto de la RSE de la Empresa Protinal en el desarrollo humano de la sociedad carabobeña.

La metodología está establecida en la modalidad de una Investigación Histórica, la cual, describe fenómenos que acontecieron en el pasado, especialmente en este estudio donde resalta la Historia Local y Regional (H.L.R) a través del Diseño Bibliográfico Documental, con el apoyo de fuentes primarias y secundarias, entre las entrevistas y cuestionarios. Se obtiene como resultado la reseña histórica de la empresa, fundada por Don Eugenio Mendoza y su trayectoria en el transcurso del tiempo a nivel político, económico, social y cultural.

Esta investigación aportó beneficios teóricos al presente estudio ya que proporcionó elementos sustanciales a nivel histórico sobre la participación que tiene la responsabilidad social empresarial, verificando la necesidad que tiene la organización en realizar evaluaciones la cultura como aporte a la sociedad que disfruta o se beneficia de estos planes de RSE. Se recomendó realizar el desarrollo de programas de acción social dirigidos a sus trabajadores y a las comunidades, como lo son: mejoras y adquisición de viviendas, talleres de integración familiar, personal y laboral, recreación y escuelas emprendedoras. Tal como lo establece la Responsabilidad Social Empresarial como normativa legal en el país y a nivel mundial, dando un aporte significativo a las sociedades, principalmente las carabobeña

Finalmente Castillo, E. (2012), realizó un estudio de investigación para su maestría en administración de empresa en la mención finanza elaborada en la Universidad de Carabobo en el área de estudio de postgrado en el Estado Carabobo. Este estudio sirvió como antecedente importante para esta investigación ya que aporta teoría y metodología en éste contexto, encuentra cabida el término de Responsabilidad Social Empresarial el cual implica para las organizaciones llevar a cabo acciones más allá de las impuestas por el marco legal, por eso se planteó el tema de investigación: **Diseño de un Instrumento de Evaluación de Responsabilidad Social Empresarial adaptado a los Laboratorios de Bioanálisis en Venezuela**, reconociendo e integrando en las estrategias planteadas, los problemas de índole social y ambiental.

Cabe destacar que dicha visión no resulta ajena a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), pues desde comienzos del nuevo milenio diversas iniciativas mundiales han promovido la implementación de prácticas responsables en tan importante sector empresarial. Ahora bien, aun cuando las grandes empresas cuentan con instrumentos que le permiten evaluar y comunicar su actuación en materia de

Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo las PYMES de la mayoría de los sectores económicos en Latinoamérica y particularmente en Venezuela carecen de ellos.

Por tanto, Este estudio se fundamentó en los enfoques de Responsabilidad Social Empresarial y también en las prácticas responsables que según la teoría deben realizar las PYMES. La metodología empleada está enmarcada en la modalidad Proyecto Factible, sustentada en una investigación documental y de campo, lo que permitió a través del análisis conjunto, el cual se recomendó elaborar un Instrumento de Evaluación de Responsabilidad Social Empresarial adaptado a Laboratorios de Bioanálisis en Venezuela. Como aporte del antecedente de investigación para el trabajo en estudio es de suma importancia ya que enmarca la responsabilidad social empresarial, para evaluar gestión social y responsable con respecto al entorno en general.

Bases Teóricas

La RSE ó también llamada Responsabilidad Social Corporativa, se vincula en desarrollo reciente al proceso de globalización de la economía mundial; surge del convencimiento de que la necesidad de innovación empresarial para la competitividad y la sustentabilidad de los negocios, debe ir más allá de lo puramente tecnológico para instalarse definitivamente en el ámbito de la gestión y de la relación de la empresa con su entorno social, medio ambiental y particularmente, en el espacio de lo laboral.

La Responsabilidad Social Empresarial es un conjunto de prácticas de la organización que forman parte de su estrategia corporativa y que tienen como objetivo evitar daños y originar beneficios a sus clientes, empleados, accionistas, comunidad y a todo su entorno y lograr un beneficio tanto para la organización como para la sociedad. Según el Libro Verde de la Unión Europea, (2001) se define como:

Concepto por el cual las empresas deciden contribuir voluntariamente a mejorar la sociedad y a preservar el medio ambiente. A través suyo, las empresas se conciencian del impacto de su acción sobre todos y expresan su compromiso de contribuir al desarrollo económico, a la vez que a la mejora de la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, de la comunidad local donde actúan y de la sociedad en su conjunto.

En este orden de ideas, en el presente capítulo se pasará a exponer los conceptos y teorías relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, así como los beneficios que está aporta a la organización, sus dimensiones de estudio y lo relacionado a la inversión social que tienen que hacer las empresas para poder llegar a ser organizaciones socialmente responsables.

Conceptualización de Responsabilidad Social Empresarial

En referencia a este concepto, Méndez (2004) expone que la concepción vigente de RSE aún no es uniforme y el común de la gente la identifica exclusivamente con los programas sociales que realizan las empresas hacia las comunidades. Sin embargo para las empresas, cumplir con las obligaciones y realizar acciones voluntarias hacia los distintos públicos con los cuales se relaciona es equivalente a una actuación socialmente responsable.

La Responsabilidad Social Empresarial ha sido definida desde diversos ámbitos de modos muy distintos. A pesar de esta diversidad conceptual, en casi todos los enfoques es posible encontrar un fondo que ha permitido llegar a un cierto consenso sobre el concepto de RSE.

Una de las definiciones más conocidas es la que estableció el Libro Verde “Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las empresas” de la Comisión Europea (citado por Casals, 2005) la cual se enmarca dentro de lo siguiente: “La Responsabilidad Social Empresarial es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con sus interlocutores”.

Igualmente existen diversos conceptos acogidos por los organismos que en el mundo ha tratado de promover un concepto de RSE, los cuales han sido recopilados por el Instituto Argentino de la Responsabilidad Social Empresarial (2005); de allí que se tengan los siguientes:

Instituto Ethos de Brasil: La RSE es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona,

y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

Foro de la Empresa y la Responsabilidad Social en las Américas (Forum Empresa): Aunque no existe una definición única de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ésta generalmente se refiere a una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. La RSE es vista como un amplio set de políticas, prácticas y programa integrados en la operación empresarial que soportan el proceso de toma de decisiones y son premiados por la administración.

Centro Mexicano de Filantropía: La RSE se trata del cumplimiento de la función económica, social y ambiental que tiene una empresa, pero más allá de las expectativas que dicta la ley y que tiene la comunidad respecto a la compañía.

Centro Empresarial de Inversión Social en Panamá: La RSE es entendida como una filosofía corporativa adoptada por la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus propios trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas. En otras palabras, es una perspectiva que no se limita a satisfacer al consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucra.

Asimismo, Casals (ob.cit) expone que de las definiciones anteriores pueden permitir hacer una idea clara de lo que es RSE, sin embargo, advierte que es un concepto dinámico y en desarrollo por lo que es preciso caracterizarlo con algunas claves para comprender mejor su verdadera dimensión, es así que se tiene entonces las siguientes características:

- **Integral**, es decir, abarca un conjunto complejo de dimensiones de la empresa.
- **Gradual**, puesto que se presenta como un cambio de excelencia a seguir.
- **Proporcional**, ya que la expectativa de su ejercicio y aplicación tiene una relación directa con el tamaño de la empresa y su correspondiente poder o capacidad de influencia en el mercado.

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un término muy en boga en la actualidad mundial, empleado para referirse al rol que deben llevar a cabo las organizaciones en la sociedad, considerando no sólo aspectos económicos, sino también sociales, culturales y ambientales. Esta concepción de Responsabilidad Social Empresarial se basa en que las empresas forman parte de un sistema social, constituido por personas, quienes contribuyen al bienestar de la organización y por tal motivo, deben recompensar a la sociedad por beneficios obtenidos, lo cual implica una reflexión ética acerca de las acciones que toda organización realiza, pues todas tienen ciertos impactos positivos y/o negativos en las comunidades citado por Zarraga (2012).

Además, se entiende actualmente que las gestiones de impacto socio ambientales deben ser parte de la responsabilidad social de las empresas, las cuales denominadas “ciudadanías corporativas” deben asumir roles más participativos en pro de mantener la democracia y el logro de la economía sustentable para los países. Por otra parte, es importante saber que varios empresarios y estudiosos de la materia afirman que la organización que emprende iniciativas sociales con fines estratégicos encuentra que lo social paga: aportando valor a la sociedad a la vez que fortalece el negocio. Citado por Zarraga (2012).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), se inició en Estados Unidos hace cinco décadas, cuando la sociedad norteamericana comenzó a cuestionar a algunas empresas que se alejaban de la ética. La Fundación Rockefeller fue un importante ejemplo para los empresarios del compromiso social empresarial.

En Venezuela hace varias décadas las petroleras transnacionales Shell y Creole, fueron las primeras en diseñar programas para sus trabajadores, como viviendas, comedores escolares, sistemas de pensiones. Esto se profundizó en los años 60, con la Fundación Mendoza. En la actualidad varias empresas venezolanas en el área bancaria, de la industria de alimentos, de telecomunicaciones, la estatal petrolera, entre otros, apoyan diferentes proyectos o programas en varios sectores, como los educativos, culturales, de atención a niños y adolescentes en situación de riesgo y área de la salud. Citado por Zarraga (2012).

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) según la socióloga Méndez Ch. (2003), implica un juego de intereses, el cual puede beneficiar a un grupo más que a otro: trabajadores versus comunidad, o accionistas versus trabajadores. Lo ideal sería mantener el equilibrio. Sin embargo, es más el compromiso en relación con la RSE que se le exigirá a una empresa transnacional exitosa en sus diferentes aspectos, que a una pequeña empresa que se puede comprometer con sus productos y sus empleados citado por Zarraga (2012).

Para el Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible, (Citado en Méndez, Ch (2003), la RSE: *“es un compromiso continuo de actuar éticamente y de contribuir al crecimiento económico, al mismo tiempo que mejora la calidad de la fuerza laboral y de sus familias, como de la comunidad local y de la sociedad general”*. (p. 39).

En todo caso, la RSE según la socióloga Méndez, Ch (2003), hoy en día se incluyen como Responsabilidades Sociales Empresariales aquellas vinculadas con la elaboración de códigos de ética en las empresas, la realización de diálogos con actores claves, las relaciones transparentes con los sindicatos y la competencia, la valoración de la diversidad, el conocimiento y difusión sobre los daños de productos, hasta las contribuciones para campañas políticas, prácticas de anticorrupción y participación en proyectos gubernamentales. Esta autora apunta que la concepción vigente de RSE en el país todavía no es uniforme y el común de la gente la identifica exclusivamente con los programas sociales que realizan las empresas hacia las comunidades. Sin embargo, para las empresas, cumplir las obligaciones y realizar acciones voluntarias hacia los distintos públicos con los cuales se relaciona es equivalente a una actuación socialmente responsable.

Definiciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Existen varias definiciones respecto a la Responsabilidad Social Empresarial, todas coinciden en que se trata de una forma de gestionar la empresa teniendo en cuenta los objetivos económicos de la misma compatibilizando los mismos con los impactos sociales y medioambientales.

No hay una definición que haya sido universalmente aceptada para definir a la Responsabilidad Social Empresarial; según Gómez, H (2004), es *“una visión de negocios que integra a la gestión de la empresa, el respeto por los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente”* (p. 21). Esto quiere decir que es un interés propio e inteligente de la empresa que produce beneficios a la comunidad y a la propia empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino se trata más bien de una

estrategia de la empresa, que junto a su gestión de negocios y reflejando sus valores, debe ser tratada como un caso de negocios más. Las empresas que practican responsabilidad social además obtienen otros beneficios como ser más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas; razón por la cual son más competitivas y pueden obtener mayores ganancias.

El concepto que se maneja hoy en día, va más allá de la mera filantropía. La RSE se entiende como una línea estratégica empresarial para participar en el desarrollo de los países. Según Shaeffler, K (2004), ese nuevo enfoque lo marcó la publicación en el año 2001 del Libro Verde sobre Responsabilidad Social de las Empresas de la Comisión Europea, y que tuvo un punto importante con el Pacto Mundial de la ONU (The Global Compact), que aboga para que los gerentes adopten principios de derechos humanos, normas laborales y protección al medio ambiente. Esto a su vez plantea, que la ciudadanía tendrá cada vez más un rol vigilante sobre la RSE de las empresas, y no se conformará con la mera publicidad, como afirma Antonio Boadas, Director de Relaciones Externas de Procter & Gamble. (Citado en Gómez, H, 2004).

Así mismo, Guedez V. (2004), plantea que en la medida que en las empresas tomen conciencia de la RSE se hablaría de un liderazgo ético, no conformándose con elaborar productos de calidad, sino que deben cumplirse objetivos sociales, políticos y culturales. Para la socióloga Méndez, Ch (2004), experta en el tema: “...*ser responsable no sólo es inventar un programa sino mantenerlo*”. Asimismo agrega: “*No se trata de un acto de caridad sino de un compromiso que comienza con los empleados y se extiende a socios comerciales, proveedores, consumidores y las ONG*”. (p. 51)

Machado, C (2004), plantea en relación con el tema de la RSE: “*La misión de las empresas debe incluir la producción de bienes y servicios de calidad y a precios*

accesibles, así como acciones contra la discriminación laboral”. (p.37) La responsabilidad social empresarial, para ser exitosa, debe involucrar además distintos grupos de interés como los trabajadores, los clientes, el Estado, entre otros, que trabajando coordinadamente para crear valor, puedan lograr mejores resultados para la comunidad y para la misma empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los temas económicos. Actualmente la dimensión social es la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial, es por ese motivo que el tema de la Responsabilidad Social Empresarial es un recurso estratégico para la sobrevivencia de las organizaciones públicas y privadas, convirtiéndose la práctica de la justicia en una cuestión rentable, siendo la mejor política económica aquella que produce mejores beneficios sociales.

Diferencia entre Responsabilidad Social Empresarial y Filantropía

El Instituto Ethos de Brasil (citado por Baltera y Díaz, 2005), organización que promueve la RSE y apoya técnicamente a las empresas, a fin de que éstas manejen sus negocios de una forma socialmente responsable; explica la diferencia entre RSE y filantropía, precisando que la segunda es básicamente la acción social externa de la empresa, es decir, una acción de ayuda de carácter netamente solidario o humanitario.

El beneficiario principal de la acción de carácter filantrópico es la comunidad en sus diversas formas o manifestaciones, es decir, la comunidad organizada y reconocida. En concreto, la ayuda filantrópica se orienta básicamente hacia entidades

tales como: Consejos comunitarios, Organizaciones No Gubernamentales (ONG's), asociaciones comunitarias, fundaciones, universidades, entre otros.

La filantropía se caracteriza por ser fundamentalmente un acto o acción social asociada a personas (naturales o jurídicas), motivada por principios de carácter altruista. Los recursos que se utilizan en este tipo de acciones provienen de las utilidades de la empresa, el impacto de estas acciones no está asociado al campo de actividades de la empresa, es decir, no contribuye o no afecta de forma alguna al desempeño de la firma y no se espera o pretende algún tipo de beneficio o retorno como resultado de esta acción.

Por el contrario, la RSE busca beneficios para la organización, al mismo tiempo, que está interesada en el mejoramiento de las comunidades de su entorno y de la sociedad, sus recursos pueden provenir de las ganancias, o del presupuesto general de la empresa, de sus equipos y su recurso humano. Su impacto es identificable tanto a nivel de la firma como de la comunidad, las acciones de RSE implican un beneficio para la empresa tanto en su imagen pública como en el incremento de la productividad y las ganancias. Por último, la RSE comprende la participación de todos los actores de la empresa, incluso, de los accionistas.

Igualmente, siguen exponiendo Baltera y Díaz (ob.cit), que la RSE tiene que ver con una suerte de incorporación o de preocupación por añadir a las decisiones de la empresa, las necesidades y demandas de todos los actores que, de alguna forma, participan en el proceso productivo, tales como: accionistas, trabajadores, proveedores, consumidores, comunidad y gobierno. En otras palabras, la responsabilidad social, es una nueva forma de conducir los negocios de la empresa, cuya particularidad es la búsqueda permanente de una relación virtuosa entre la empresa y la sociedad.

Dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La RSE presenta dos (2) dimensiones para su aplicación en las organizaciones, como los son el interno y el externo. Puterman (2005) expone que la responsabilidad social se caracteriza por su visión en dos dimensiones, una la dimensión interna asociada al Recurso Humano, que comprende aspectos como competencia y calificación del trabajador, practicas no discriminatorias (sexo, raza, sida), facilidades de información, mayor equilibrio entre trabajo y familia, la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales renovables; y una asociada a la dimensión externa que se relaciona con las comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos, problemas ecológicos y desarrollo sostenible.

Dimensión Interna

Baltera y Díaz (ob.cit), comentan que la dimensión interna corresponde al ámbito de las relaciones laborales y de las prácticas gerenciales. Tiene que ver con el cumplimiento de las obligaciones legales de la empresa con los trabajadores y más aún, con un esfuerzo adicional de inversión en la gente. En este aspecto, la responsabilidad social apunta a favorecer el desarrollo profesional y personal de sus trabajadores, a posibilitar su acceso a la información y a las decisiones que lo involucran directamente, y a mejorar las condiciones de trabajo, tanto físicas como contractuales.

La empresa socialmente responsable no se limita a cumplir solamente con los derechos laborales internacionales sancionados (convenios de la Organización Internacional del Trabajo - OIT) o integrados en las legislaciones laborales nacionales vigentes, sino que se esfuerza por ir más allá, como por ejemplo, invertir en la profesionalización y perfeccionamiento de sus trabajadores y en condiciones

detrabajo seguras e higiénicas. También la RSE se caracteriza por el respeto a la condición de persona de sus trabajadores y establece una relación ética y responsable con sus intereses e instituciones que los representan.

Continúan Baltera y Díaz exponiendo, en concreto, la empresa socialmente responsable, favorece la organización de sus trabajadores, busca armonizar intereses y establece una relación y comunicación transparente con el sindicato, en torno de objetivos comunes. Asimismo, da oportunidad a sus trabajadores para que compartan los desafíos de la empresa, se involucren en la solución de problemas, en el logro de metas establecidas en conjunto y en el desarrollo personal y profesional.

En este mismo orden de ideas Molina (2005) apunta que la dimensión interna supone el cumplimiento de sus objetivos, aportando a la sociedad bienes y servicios de calidad, con estricto cumplimiento del marco legal, incluyendo el pago oportuno de sus impuestos, la eficiencia en la gerencia de sus recursos, con énfasis en los humanos, y la valoración de tales desde una perspectiva humanitaria.

Dimensión externa

Por otra parte, Baltera y Díaz (ob.cit), se refieren a la dimensión externa de la RSE, la cual se ejerce básicamente en la cadena productiva de la empresa y, por lo tanto, los códigos éticos de las empresas se expresarían concretamente en el desarrollo de una relación de respeto hacia el medio ambiente, en el compromiso y las acciones de ayuda al desarrollo económico y social de la comunidad y en el desarrollo de prácticas comerciales responsables con sus clientes, inversionistas, proveedores, contratistas, distribuidores y por último, con la sociedad y el Estado.

La empresa socialmente responsable, en su proyección externa, debe estar en condiciones de identificar los impactos ambientales de su actividad, minimizando los

negativos y maximizando los positivos. El desarrollo de sus proyectos debe considerar las compensaciones necesarias, por el uso de los recursos naturales y por su impacto ambiental. El cuidado del medio ambiente debe estar presente en todas las áreas de la organización y en cada producto, proceso o servicio. Asimismo, la empresa debe retribuir a la comunidad, por los aportes de infraestructura y capital social, representado por sus trabajadores, inversionistas y proveedores, que hacen posible el desarrollo de su proyecto y de sus negocios, actuando como agente de desarrollo comunitario y de progreso social.

Del mismo modo, continúan exponiendo los autores, que la empresa tiene una responsabilidad hacia sus proveedores, consumidores y clientes. Frente a los primeros, cumpliendo a cabalidad sus contratos y compromisos e informándolos acerca de sus valores, motivándolos a desarrollar una actitud positiva, de respeto y efectivo cumplimiento de los derechos de sus trabajadores. Por otra parte, la responsabilidad hacia clientes y consumidores, se ejerce en su preocupación permanente por desarrollar productos y servicios confiables, que reduzcan al mínimo los riesgos para la salud de las personas, e informando acerca de los daños potenciales de dichos productos. Finalizan exponiendo que las dos dimensiones de la RSE, es decir, la dimensión interna y la dimensión externa, no son excluyentes entre sí.

En este orden de ideas, Molina (ob.cit) expone que la dimensión externa, en analogía con el concepto de ecoeficiencia del modelo de desarrollo sustentable, implica analizar su misión y objetivos, cuantificando las unidades sociales requeridas para garantizar su sustentabilidad, su flexibilidad a la abundancia de esos recursos sociales, y cómo asegurar su provisión a largo plazo para alcanzar sus objetivos. Programas de Responsabilidad Social no basados en la socioeficiencia particular de cada empresa, son actos de buena voluntad apreciables y aplaudibles, pero desvinculados de la racionalidad empresarial y competencia exclusiva de sus accionistas. Siendo los insumos sociales semejantes para muchas empresas, lo

eficiente es adelantar programas de socioeficiencia empresarial, a través de acuerdos y alianzas, optimizando el esfuerzo y maximizando los resultados.

Ahora bien, luego de haber expuesto las dimensiones de la RSE se procede a identificar los beneficios que ésta ofrece a las organizaciones que opten por asumir la como una manera de vida, identificando aquellos que pueden ser más relevantes para las organizaciones.

Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

La Responsabilidad Social Empresarial de la empresa, de acuerdo a Méndez, Ch (2004), es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta, aunque exista cierta normatividad frente al tema. Orientar los esfuerzos de la empresa solamente a producir resultados basados en las teorías de producir y vender más con el mínimo costo sin importar el impacto social, es a lo largo del tiempo, el peor negocio del sector productivo que busca la rentabilidad. La estrategia actual y sus esperados beneficios, con dicha posición, puede ser mañana el motivo de su fracaso.

La Responsabilidad Social Empresarial de la empresa abarca aspectos internos y externos, los que han sido objetos de tratado por expertos en el tema, los primeros orientados a los colaboradores o el equipo de trabajo, sus asociados y accionistas, y los segundos, los externos a clientes, proveedores, familia de los trabajadores, la vecindad y el entorno social, entre estos el medio ambiente.

Para Schaeffler, K (2004), la productividad se entiende como *“la capacidad de producir y vender más, a menor costo y con una excelente calidad”*, (p. 49) lo que permite a la marca que se promociona mantenerse y crecer en los mercados a los que pertenece, sea nacional o extranjeros, haciéndose así mucho más competitivos.

Puede decirse que, la productividad y la competitividad son entonces la razón que lleva a que las decisiones gerenciales hagan una valoración del costo beneficio, la inversión realizada con respecto a las utilidades generadas, pero lamentablemente con una visión a corto plazo, sin medir consecuencias de los efectos nocivos de la inversión en el futuro de la marca o la empresa misma.

Principios Éticos a la Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo a Gómez, H (2004), la RSE esta liada a los siguientes principios éticos:

- **Responsabilidad:** No todas las personas son responsables de los aspectos del bienestar humano, ya que las responsabilidades van ligadas a la capacidad, compromiso, circunstancias y roles específicos que se deben descubrir y poner al servicio de la sociedad, este da una responsabilidad prioritaria en nuestras vidas.
- **Justicia:** Tener cierto cuidado en no destruir la identidad de los demás aunque no sea posible medir el alcance de los actos y de ninguna manera se debe elegir conscientemente hacer el mal, hay que diferenciar entre elegir y aceptar.
- **Solidaridad:** Se tiene la obligación moral de promover el bienestar de todos los seres humanos, y no solo del nuestro. Hay que dejar ese egocentrismo que impulsa a sobresalir sin importar el prójimo.
- **Cooperación:** Combina las habilidades que debe aportar la ética, para el logro de los objetivos de la organización, en conjunto y en unión, todos trabajando y cooperando para el alcance de los mismos.

- **Retribución:** Se asumen las conductas para evitar el castigo o promover la retribución. Por esta razón, el eje de las decisiones no se encuentra en la conciencia del sujeto, sino en la norma o el poder externo que sentencia y califica el valor de las acciones.
- **Aceptación:** La aceptación es un principio que debe cultivar en el diario vivir ya que todas las acciones no son acertadas, y probablemente estas provocaran efectos colaterales perjudiciales.
- **Equidad:** La única diferencia entre un ser animal y un humano es la inteligencia, por ello se debe forzar a actuar inteligentemente y consecuentemente.
- **Eficiencia:** Hay que esforzarse por usar las herramientas correctas en cuanto a la conducta humana.

Áreas del compromiso de Responsabilidad Social de una Empresa

Según Guedez, V (2004), para conocer el grado de compromiso de una empresa con una RSE, se pueden evaluar los avances en temas de responsabilidad social en las siguientes cinco áreas:

1-Valores y Principios Éticos

Se refiere a como una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales. Esto se conoce como “enfoque de los negocios basados

en los valores” y se refleja en general en la Misión y Visión de la empresa, así como en sus Códigos de Ética y de Conducta.

2-Condiciónes de Ambiente de Trabajo y Empleo

Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud y seguridad laboral.

3-Apoyo a la Comunidad

Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntado a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.

4-Protección del Medio Ambiente

Es el compromiso de la organización empresarial con el medio ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de los residuos, la capacitación y concientización de su personal. Esto, que hoy inclusive se encuentra normalizado, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental que tienen sus acciones.

5-Marketing Responsable

Se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa, relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad.

La Responsabilidad Social en el mundo y en Venezuela

La Responsabilidad Social Empresarial se origina, según García (2003), en la segunda mitad de los años 90 con los debates sobre la globalización y sus graves efectos sociales y ambientales. Ahí la ética de los negocios había dominado el panorama de la reflexión teórica y académica sobre las responsabilidades de las empresas y sobre los problemas de las relaciones del sector privado de la economía con el bien común; pero en la práctica el interés teórico por las políticas y conductas sociales de las empresas se había reducido extraordinariamente, perdiendo parte importante del interés público por las responsabilidades empresariales.

Luego, señala el autor que hubo que esperar a la crisis y protestas de los años 90, con un creciente protagonismo de las organizaciones no gubernamentales, en especial, los grupos de derechos civiles, el movimiento ambientalista y las campañas de denuncia de determinadas prácticas y conductas de las grandes empresas, para que vuelva a ser situado en el primer plano de actualidad el interés por el enfoque social de los negocios. Para él, existe un ambiente social e intelectual mucho más crítico con las conductas de las empresas, el interés por las responsabilidades empresariales ha crecido extraordinariamente en unos pocos años.

Después del período de radicalismo neoliberal y del triunfo de los discursos sobre la necesidad de una libertad económica total y sin restricciones, el desplome en

1997 y 1998 de los mercados de Asia, Rusia y América del Sur, y otras consecuencias, igualmente nocivas, provocadas por el desarrollo de la economía global, han abierto un interesante proceso general de rectificación, dejando como efecto más inmediato la conformación de fuertes corrientes de opinión pública a favor de una mayor responsabilidad social de las empresas en relación con los intereses generales y con los objetivos de progreso de la sociedad.

Asimismo, plantea que la polémica entre keynesianos y liberales de los sesenta adquiere de nuevo actualidad, aunque su sentido ya no sea el mismo; y que ahora es la crítica a los excesos del paradigma neoclásico y los nuevos desafíos y problemas propios de una sociedad que tiende a universalizar y mundializar las interdependencias, lo que proporciona legitimidad y plantea como una necesidad la recuperación de las ideas sobre las responsabilidades sociales de las empresas.

En la actualidad, las empresas han aceptado que la RSE nace como un importante elemento de la nueva economía, donde no sólo pueden pensar en cuánto van a ganar, sino en cómo lo van a ganar. Al mismo tiempo, varios líderes de opinión reiteran el origen de la crisis económica en una falta de ética y responsabilidad social por parte de diversos agentes económicos, pues para solucionarlo de raíz sería indispensable equilibrar la retribución de los directivos; reforzar las reglas con respecto a los aspectos laborales, sociales y ambientales; y, aumentar la transparencia del sector público y privado (Forética RESEARCH, 2009).

Según esta publicación de RSE, los países europeos tienen un alto nivel de desarrollo conceptual y “han optado por una regulación que prima la voluntariedad sobre la obligatoriedad” (Forética RESEARCH, 2009, p. 2), entre ellos se encuentran:

- Reino Unido: Con la norma Companies Act 2006 dándole la responsabilidad sobre el impacto ambiental y social de las operaciones empresariales al equipo de gestores.

- Dinamarca: El gobierno apuesta por un modelo de RSE liderado por el sector empresarial, sin embargo, establece iniciativas de apoyo como por ejemplo, no establece un set mínimo de indicadores en el reporte que deben realizar las empresas.
- Bélgica: En el 2006 elaboró el Plan de Responsabilidad Social de Bélgica, en el cual prima la recomendación sobre la obligación.

Por otro lado, en Chile se han venido realizando estudios para determinar la visión de la RSE tanto por los organismos del Estado como por las empresas privadas, en este país se observan organizaciones que velan por el debate sobre la materia y dan un gran aporte, como son La Red Puentes Chile, el Programa de Acción de Mujeres, etc.

En Uruguay algunos actores en el ámbito empresarial son la Asociación Cristiana de Dirigentes de Empresa (ACDE), Desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial (DERES) y Compromiso Empresarial para el Reciclaje (CEMPRE). Algunos de la sociedad civil son el Grupo Uruguay de la Red Puentes que busca investigar, debatir y promover la RSE desde la óptica de la sociedad civil. Según López (2006) en Uruguay los actores poseen diferentes concepciones de lo que es la RSE, aunque todos están de acuerdo en que aún hay mucho por debatir y que el marco regulatorio existente no es satisfactorio y realizan acciones dispersas. No obstante, se observa una corriente en sinergia por el tema. A través del Instituto Uruguayo de Normas Técnicas (UNIT) el país realizó su aporte a la norma ISO 26000, y en el 2005 siguiendo los lineamientos de DERES la empresa Shopping Tres Cruces presentó su primera memoria y balance social. Desde entonces se ha observado un acercamiento de los actores para redefinir sus papeles y constituir espacios para el diálogo.

En Argentina, el tema de RSE llegó a la agenda política en el 2006, cuando se presentó ante el Senado un proyecto de ley sobre RSE cuyo objetivo era contribuir

a su fortalecimiento y fijar un marco jurídico para tal actividad. Luego, en el 2009, se presentó ante la Cámara de Diputados el proyecto de Ley sobre Responsabilidad Social de las empresas para garantizar que la producción de bienes y servicios se realice sin trabajo infantil.

En Brasil, el Instituto Ethos presentó en el 2004 la quinta versión de Los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social Empresarial, la cual busca evaluar la gestión de las empresas en lo que se refiere a la incorporación de prácticas de RSE. En este país se ha observado cooperación entre el Estado, las empresas y la sociedad civil por llegar a un acuerdo en lo que al tema se refiere. Ahora bien, la Responsabilidad Social de las Empresas en Venezuela según Méndez (2005) se inició durante el siglo XIX cuando las actividades de las empresas en el ámbito de lo social se concentraban en la atención a la pobreza crítica urbana, ya que en las ciudades se operaban las firmas comerciales y manufactureras y era allí donde los contrastes de la situación socioeconómica se hacían más evidentes y chocantes.

El Instituto Ethos es una organización no gubernamental de Brasil. A fines del siglo XX comienzan a instalarse sociedades de beneficencia permanentes con el objetivo de financiar y administrar obras de interés social como hospitales, orfanatos, etc.; convirtiéndose en el antecedente más antiguo de las fundaciones que serán nuevamente el centro de la actividad empresarial destinada a lo social.

Entre 1910 y 1930 se iniciaron los programas de atención a las necesidades del personal de las grandes empresas privadas nacionales, prácticas que se inician por el modelo de las compañías petroleras extranjeras que no sólo traían al país innovaciones tecnológicas, sino una nueva forma de entender la relación entre la empresa y la sociedad. Por tanto, antes de que se formalizaran en la legislación nacional las obligaciones de las empresas con su personal, que ya se empezaba a

gestar dentro de las grandes empresas la noción de la responsabilidad social interna como algo inherente a su actividad.

En Venezuela en el período entre 1930 y 1960 se amplía la actividad social hacia las comunidades externas a las empresas; es importante señalar que en este periodo se formaliza la figura jurídica de las fundaciones, pero ya se evidenciaba su actividad desde el siglo XIX. En la década de los 60 empieza la inquietud por establecer el contenido y concepto de la responsabilidad empresarial, y en el Primer Seminario Internacional de Ejecutivos (Maracay, 1963) se establece la primera definición de responsabilidad social en sus dimensiones interna y externa.

Sin embargo, es a partir de la década de los 80 que la figura de las fundaciones corporativas se hace fuerte, donde las acciones empresariales se diversifican en gran medida y engloban no sólo actividades de bienestar social, sino también proyectos en las áreas de cultura, salud y ambiente.

Según Cejas (2009, p. 77), “en Venezuela la responsabilidad social es bastante nueva” y las empresas que utilizan dicha práctica son:

- Sector bancario: Mercantil, Provincial, Banco Occidental de Descuento
- Sector automotriz: General Motors, Ford Motors
- Fundación MERCE
- Petróleos de Venezuela
- Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA)

Y, las empresas dedicadas a la promoción y asesoramiento en la materia, son:

- Asociación sin fines de lucro Dividendo Voluntario para la Comunidad
- Venezuela sin Límite

- Alianza Social VenAmCham
- Instituto Nacional de Prevención, Salud y Seguridad Laborales (Inpsasel)
- Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI)

Programas de Responsabilidad Social Empresarial

Marchiori (2005) expone que en la última década, un gran número de empresas harán conocido los beneficios básicos de incorporar prácticas y políticas de Responsabilidad Social Empresarial. Sus experiencias han sido respaldadas por una serie de estudios empíricos que demuestran que la RSE tiene impactos positivos sobre los valores empresariales medidos en varias formas.

En Venezuela, existen organizaciones que adoptaron programas de RSE y cuyos montos en inversión social son ya significativos. Ahora bien, Guédez (citado por Coscojuela, 2006) expone las razones por las cuales se deben llevar adelante programas de Responsabilidad Social Empresarial. Comenta que las empresas se han constituido en “la organización más importante de la sociedad contemporánea” lo que hace recaer sobre ella mayor obligación de retribuirle a la sociedad las oportunidades que ha tenido para crecer y desarrollarse.

También existen razones de carácter estratégico, pues las empresas requieren de una buena reputación para sobrevivir. La reputación es consecuencia de la imagen, la cual se deriva del comportamiento socialmente responsable que tengan las compañías. Sin embargo, el motivo principal para preocuparse por la sociedad no debe ser este, sino de carácter ético. Por lo cual mencionado autor afirma lo siguiente:

“Las empresas están obligadas a reportar una conducta que esté identificada con la sociedad. Su gran propósito en la actualidad debe ser promover el capital social, generar lazos de interacción que permitan que haya una sociedad más sana, para que ellas puedan tener una vigencia más sostenida. En la medida que haya un tejido social mucho más sólido, habrá mejores condiciones para que las empresas actúen”. (Guédez, 2006) (p.16)

Es así pues que se evidencia la importancia de los conceptos y teorías relacionados con la investigación, ya que son necesarios para la elaboración de la misma. Ahora bien, luego de haber expuesto los diferentes conceptos y corrientes que se relacionan con la Responsabilidad Social Empresarial, para la investigación el concepto que se adoptará como definitivo será el que es definido por Instituto Ethos de Brasil, ya que es considerado el más pertinente para el estudio, debido a que su definición abarca todos los aspectos que en la organización en estudio serán aplicables.

Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial

Así mismo Méndez, Ch (2004), considera que la Responsabilidad Social Empresarial no es una actitud filantrópica que arroja beneficios solo hacia el medio ambiente, los recursos naturales, sociales y humanos, a su vez, representa para la empresa una inversión que repercute en beneficios financieros. Está demostrado que las inversiones en asuntos de Responsabilidad Social Empresarial, en algunos casos, a corto plazo, y en otros a mediano plazo recupera la inversión, y totalmente seguro que a largo plazo no solamente será recuperada, sino que a su vez, la empresa genera condiciones favorables para minimizar los impactos negativos que le producen pérdidas. Actuar con Responsabilidad Social Empresarial, es, sin lugar a duda, el mejor negocio para la empresa, sus beneficios se reflejarán de forma casi inmediata favoreciendo la productividad y la eficiencia a través de acciones hacia:

Al interior de la Empresa

Acciones responsables hacia empleados y ambiente laboral.

- Permitir que los colaboradores mantengan un adecuado equilibrio entre tiempo de trabajo y tiempo de vida, de descanso y ante todo el de familia.
- Propiciar espacios de formación y aprendizaje permanente, en el crecimiento personal, en el mejoramiento de actitudes, entre ellas autoestima, relaciones humanas, motivación y otros temas que permitan un desarrollo sano, mental y emocionalmente.
- Fomentar el trabajo en equipo y empoderar a las personas para que puedan tomar decisiones y estimulen su creatividad.
- Evitar espacios de ocio no positivo (fiestas, bingos y similares) y en su efecto estimular actividades de encuentro familiar, de expresión artística, culturales, ambientales y otras maneras de motivar hacia acciones positivas a los empleados, a la vez que la pasan de forma agradable.
- Mantener de forma permanente campañas orientadas hacia el mejoramiento personal, hacia la formación de principios éticos, cívicos, morales y otros aspectos que generen ganancias en lo social y humano, entre ellos rendir honor a nuestros símbolos patrios.
- Estimular y propiciar una política interna de fomento al estudio, a la investigación y a la participación democrática, tanto en lo empresarial como en lo ciudadano.
- Dar un trato adecuado, respetuoso y amable a las personas.

- Respetar creencias religiosas y diferencias culturales.

- Bajo ninguna razón abusar de la autoridad y el poder del directivo, del profesional o de los jefes.

- Ser justos y aplicar los criterios de igualdad y equidad, según el código moral y los principios éticos.

- Aplicar de forma justa y sin vicio los derechos legales del trabajador, acogidos a la legislación, sin aprovechar de la necesidad o de la misma ignorancia de sus trabajadores.

- No hacer acomodos legales y crear figuras de ley, que aunque legales, no son las adecuadas en las relaciones laborales.

- Velar porque las condiciones de ambiente en el lugar de trabajo sean saludables y agradables, cuidando la distribución de los espacios, la iluminación, la temperatura, la ergonomía, limpieza, y entre ellos desde el cuidado de baños, cocinas, pasillo, bodegas y demás.

- Dotar de los implementos y herramientas necesarias y básicas para desempeñar de forma eficiente el trabajo y enseñarle su uso y cuidado.

- Hacer constantemente campañas de salud, de prevención a drogadicción y otros vicios y velar porque las personas adquieran mayor responsabilidad por el bienestar físico de ellos mismos.

- Motivar los convenios para campaña de vacunación y otras de apoyo a la calidad de vida del empleado y de sus familias.

- Estimular el deporte y propiciar actividades del género.

- Estimular y fomentar la expresión artística como una forma de uso adecuado del tiempo libre, y apoyar dichas actividades.

- Crear sistemas de evaluación y medición del desempeño, no como herramienta para la descalificación, sino como un sistema de indicación para el apoyo de las condiciones o a la persona misma que evidencia una insuficiencia por conocimiento o algo que puede ser intervenido.

- Establecer normas claras y velar por el respeto de las mismas, iniciando por un proceso de educación y creación de conciencia de la importancia de las mismas. Las normas no se imponen, se enseñan y se vigilan.

- Evitar la permisibilidad y la transigencia en acciones o con actitudes indelicadas o indebidas, pues esto fomenta la mediocridad y refuerza conductas negativas.
- Hacer campañas de protección al medio ambiente.

- Fomentar el ahorro y preocuparse por la educación en sistemas de control y manejo del presupuesto y de inversiones.

- Preocuparse por subir el perfil académico de sus colaboradores, y más, dar apoyo en el estudio a quienes son analfabetas.

- No discriminar a nadie. En lo posible contratar a personas de minorías étnicas o personas de mayor edad que estén en capacidad de desempeño.

- Pagar igual salarios a hombres y a mujeres, cumplir con dicho compromiso y no fomentar espacios que degraden sus ingresos (ventas no necesarias al interior de la empresa, crearles compromisos o similares).

- No contratar menores, y en el caso de hacerlo, acogerse a las leyes, respetando sus derechos y cumpliendo con los deberes.

- Permitir la promoción de sus mismos colaboradores, bajo sistemas de mérito, previamente conocido por ellos para que establezcan como metas personales.

- En cuanto a la salud y seguridad en el lugar de trabajo, se trata en primer lugar de cumplir todas las normas laborales establecidas para el caso de acuerdo al sector.

- No permitir espacios que denoten discriminación, como casino para directivos, parqueaderos para profesionales, ascensores para jefes y otros sistemas que reflejan una diferencia generadora de resentimientos.

- Mantener al personal informado, no solamente de las pérdidas y de los fracasos, también de las ganancias, de los logros y de las felicitaciones.

- Dar el debido reconocimiento cuando el empleado se lo merece.

- No apropiarse de las ideas y de los logros de otras personas.

- Enseñar a las personas más que hacer las cosas, a saber porque o para qué se hacen, pues eso agrega sentido.

La repercusión de la acción responsable para con los empleados:

- Repercutirá casi de forma inmediata en la reducción de ausentismo lo que representa un alto costo para la empresa, por el valor pagado en la ausencia, así como por el trabajo dejado de hacer por la no presencia.
- Se eliminará la posibilidad de conflictos que afectan la comunicación, que alteran la disposición del trabajo en equipo y que finalmente generan problemas de calidad, mayor probabilidad de error e inclusive de accidentes, conflictos que generalmente perduran por largo tiempo e indisponen las relaciones laborales y se reflejan en los resultados.
- La motivación que las personas tengan mayor disposición hacia su quehacer reflejándose en mayor productividad, convirtiendo así el sistema de la empresa en algo eficiente y favorable para la calidad y la competitividad.
- Se estimula el sentido de pertenencia logrando mayor compromiso por lo que se hace, y por ende menos errores de calidad, menos problemas que afecten el servicio u otras formas que representan pérdidas de materia prima, de clientes o que originan los altos costos por reprocesos. Las personas estarán más dispuestas a aportar sin esperar compensación alguna.
- El clima laboral se mejora y las relaciones se llevan de forma más armónica y amable, permitiendo mayor concentración, mejor disposición y más alegría por lo que se hace, de forma tal que las metas no se convierten en una presión, sino en un objetivo que genera pasión por todo el equipo.

- La conciencia sobre lo que se hace, el sentido de pertenencia, el empoderamiento, la delegación y otros asuntos posibilitan una mejor participación y reducen la resistencia en casos de una extensión de horarios sin que generen cargas financieras.

- El conservar la clientela y satisfacerla, se convierte en un compromiso compartido y grato por todos los miembros del equipo, la empresa es motivo de orgullo.

- Se intervienen comportamientos, hábitos y conductas negativas en los empleados, evitando que los problemas personales distraigan su atención hacia el trabajo, e igualmente se eliminan probabilidades de comportamientos socialmente no sano que afecten su cumplimiento, modales y relación con clientes, mala imagen, calidad en la manufactura y en los servicios, generando mayor confiabilidad en la clientela, los proveedores y el mercado.

- Se eliminan probabilidades de pensamientos negativos y de tendencias que puedan ser aprovechadas por otras personas inescrupulosas, y que puedan estimular a que nuestros propios empleados se conviertan en delincuentes, a través de actos día a día más frecuentes como el hurto, el secuestro y los desfalcos.

- La creatividad estimulada permite el aporte positivo hacia las políticas de mejoramiento, hacia los planes de ahorro y demás campañas internas externas de la organización.

- Se crea la disciplina, la responsabilidad fundamental para el éxito de toda organización y todos se acogen a ella sin objeciones, pues entienden de su importancia y evidencian los resultados.

- Se eliminan focos de resistencia al cambio, se minimizan prevenciones, se eliminan los sentimientos negativos y otras actitudes que afectan la relación y el trabajo mismo.
- Al mejorar los conocimientos y las capacidades, se establecerán mejores métodos para hacer las cosas, se harán más eficientes y competitivos.
- Se eliminan los factores de presión, de estrés y de malestar, haciendo que el trabajo sea más fluido y alegre. En otras palabras se mejora la condición de trabajo, se reducen gastos, se evitan pérdidas y se orientan a servir con mayor eficiencia al cliente.

Acciones responsables hacia la familia del empleado.

El colaborador o empleado es ante todo un miembro de un grupo familiar, por lo que la empresa debe dirigir acciones hacia ella, tratando de que el grupo familiar proporcione motivaciones favorables que se reflejen en el mismo trabajo, y buscando que dicho grupo se convierta en su principal aliado. Se observa hoy que las personas por su afán de producir los ingresos necesarios para el sostenimiento de sus compromisos y obligaciones familiares, por la necesidad de conservar su puesto de vital importancia para la manutención de la misma, dedican tiempo adicional, descuidando el de su familia. Y no solo el hecho anterior, también incide en el bienestar de las familias el hecho de que las empresas fomenten espacios de recreación y ocio donde no se le participa a los grupos familiares, quitándoles más tiempo aún, además de que estimula una serie de espacios generadores de gastos que repercuten en el presupuesto familiar.

La empresa aunque no busque intencionalmente convertirse en un tropiezo para las relaciones familiares, puede llegar hacerlo, por lo que el principal enemigo de

la empresa esta algunas veces en el núcleo familiar de sus empleados. No se busca con esta ponencia que los empleados descuiden lo laboral por lo familiar, así como no esperamos que descuiden lo familiar, se trata de buscar un equilibrio, no solo en tiempo, también en pertenencia. Si la empresa involucra al grupo familiar en diferentes actividades, logrará enamorar al grupo familiar de la firma a la que pertenece el miembro de ella, y entre estas actividades se menciona algunas:

- Participarles de los procesos de formación y capacitación orientados al mejoramiento humano, autoestima, relaciones de pareja, manejo de conflictos para con los hijos y otros relacionados con la autoayuda y el bienestar humano.
- Participarles en eventos culturales, deportivos y actividades recreativas.
- Crear un programa de bienestar orientado a la atención de los hijos de los empleados, de sus padres y esposas.
- Participarles de los beneficios por convenios de la empresa.
- En algunos casos servirse de ellos como proveedores para asuntos menores sin generar compromisos laborales.
- Considerar temporadas escolares y otras de importancia en el núcleo familiar, para establecer convenios o acciones de apoyo.
- Incluirlos en las campañas de salud.
- Crear un sistema que refleje eventos especiales de los núcleos familiares, para ser tenidos en cuenta con pequeños detalles como cartas, flores, artículos que no requieren mayor costo o desgaste alguno: nacimientos, fallecimientos de familiares,

grados de sus hijos, logros académicos y deportivos de los niños, enfermos del grupo familiar, cumpleaños, aniversarios y otros que son importantes para ellos.

- Hacerles extensivas las campañas de ahorro del presupuesto familiar, ahorro de energía, y protección del medio ambiente.

- Fomentar actividades culturales y deportivas para hijos y miembros del grupo familiar de los empleados.

- Involucrarlos en las festividades.

- De ser posible patrocinar actividades de apoyo al grupo de la tercera edad, a jóvenes deportistas de nuestros empleados y otras similares. Guarderías, ancianatos, centros de trabajo social, talleres de manualidades y similares. En otras palabras tener en cuenta a los miembros del grupo familiar, pareja, hijos y padres como primer grupo.

La repercusión de la acción responsable para con familiares de empleados:

Si el grupo familiar de los empleados es atendido por la empresa, se convierte en el principal aliado de la misma, apoyan la gestión y le conceden la importancia desde los mismos núcleos de familia. El mismo grupo familiar evitará que el empleado haga marrulla, pues su agradecimiento por la atención y por los gestos recibidos hace que se sienta comprometido y manifiesta lealtad. Igualmente la capacitación recibida, les permite minimizar los conflictos de relación, evitando así que el empleado acuda a su labor desmotivado y emocionalmente afectado.

El solo hecho de enseñar al grupo familiar métodos del buen manejo del presupuesto familiar apoya la armonía y beneficia los estados de ánimo. El mismo empleado fortalece su sentido de gratitud y es más leal y fiel a la empresa, estará más

dispuesto a dar lo mejor de sí, a llevársela bien con sus superiores, a acatar las normas y a ponerle mayor amor por lo que se hace.

Al exterior de la empresa

Acciones responsables hacia la comunidad y clientes.

Ideal es que la empresa se proyecte hacia la comunidad con acciones inclusive de beneficencia, y de ser posible, en la medida que los estados financieros lo permitan, sus acciones serán bienvenidas. Apoyar una escuela, patrocinar un parque, regalar utensilios para labores educativas, hacer donaciones, sostener un ancianato, hacer recolectas y otras acciones altruistas nunca van de sobra, pero la realidad es que no toda empresa tiene la capacidad económica para hacerlo y aunque eso de una u otra forma le genera beneficios a largo plazo esa acción depende de la fortaleza financiera de cada empresa.

Pero hay otras acciones hacia la comunidad que en la mayoría de los casos no generan costos, o son mínimos, y que aunque los genere, la inversión repercutirá en beneficios y recuperación. Acciones que no generan costo alguno y repercuten en ganancias. No genera costo alguno:

- Tener una política de uso racional de los recursos que evite el derroche, minimiza los problemas de basura e impacto ambiental.
- No genera costo crear cultura de reciclaje, merma el impacto ambiental y retorna inversión por la venta de esos desechos para otro sistema productivo.
- No genera costo respetar el espacio público, permite apoyo de su vecindario y repercute en que ellos mismos serán sus aliados y vigilantes.

- Mantener limpio y lucir con altura el establecimiento o empresa en su fachada y entorno.

- Participar con la junta de vecinos o la acción comunal en los temas y acciones de interés del sector o comunidad a la que se pertenece.

- Apoyar establecimientos comerciales de su vecindario o empresas del sector creando un vínculo más favorable: tiendas, papelerías, transporte, banquetes y otros.

- Servir a las entidades educativas, policiales y diferentes grupos comunitarios en la medida que sea posible.

- No sobornar a nadie, no comprar artículos de fuentes ilegales, no apoyar al reducidor.

- Contratar limitados físicos o personas excluidas laboralmente, que en el caso de ciertas empresas puedan desempeñar una función. Ejemplo: sordos mudos para trabajos de manufactura, alguna invalidez que no impida funciones de asiento, personas con ciertas deformaciones y limitaciones pero que estén en capacidad de prestar un servicio en el cual su limitación no sea un impedimento.

- No patrocinar eventos y actos públicos o privados que atenten contra la moral, el orden jurídico, lo legal y en últimas que estimulen conductas no sanas para las personas o que afecten a los grupos familiares y repercutan en el bienestar social.

- En el caso de contar con perros guardianes, crear sistemas que no representen amenazas a los vecinos.

- Regalar a su comunidad o a ciertos grupos algunos desechos no útiles que van a la basura: recortes de material y similares. Regalar a la comunidad o grupos utensilios, muebles y equipos de no uso en vez de embodegarlos y ocupar espacios inútilmente.
- En la comunicación publicitaria no prometer lo que no se puede cumplir, y no crear falsas expectativas que siembran el desconsuelo.
- Cumpliendo normas establecidas de protección a los menores de edad, como es el ingreso y/o la venta de ciertos productos a quienes no cumplen las características.

Cuantificación de beneficios

En el desarrollo del tema hemos visto como la Responsabilidad Social Empresarial representa grandes beneficios para la empresa, algunos a corto plazo, otros a mediano y a largo en algunos casos, y estos se logran en diferentes frentes citados por Zárraga, J. (2012).

Por las acciones hacia los empleados y hacia la familia

- Para no repetir lo ya expuesto, genera en ellos mayor confianza por la empresa a la que pertenecen, la sienten como suya, les elimina probabilidades de conflictos y otros focos de resistencia que afecten la productividad, permitiendo así que aumenten la disposición hacia el trabajo, es decir, por el mismo valor pagado, ayudado por la condición, se obtiene más y mejor trabajo citados por Zárraga, J. (2012).
- Se beneficia la calidad y con ella la satisfacción de clientes.
- Menos rotación de personal y menos costos de reclutamiento, de entrenamiento y los que origina un proceso inicial de ajuste a un nuevo trabajo.

- Hay mayor aporte por lo tanto hay innovación directa por quienes hacen día a día las labores, simplificando procesos, reduciendo desgaste, bajando costos y ayudando a la eficiencia.

Todo esto repercute entonces en menores gastos, mayor productividad y consecución de las metas propuestas por la empresa u organización, un beneficio que puede ser cuantificado en la contabilidad y los estados financieros de forma progresiva, cada vez que se va haciendo la inversión.

Por las acciones externas

- Mayor confianza de la misma clientela, del mercado, logrando una imagen más favorable, lo que permite mantener la clientela y facilita el proceso de consecución de nuevos mercados por la imagen que se obtiene.

- Mayor apoyo de la misma comunidad, de autoridades locales beneficiando así el flujo de procedimientos y la seguridad misma.

- El solo hecho de evitar crear sentimientos negativos, es un ahorro en cuanto a que los daños que pueden producir los actos vandálicos, las huelgas, los paros, las demandas, o cuando los empleados de forma intencional deterioran, retrasan o frenan acciones.

- En aspectos de tipo ambiental, los programas de reducir, reciclar y reutilizar, le permiten el ahorro de grandes sumas, la recuperación de inversiones y optimizar los recursos, un buen negocio.

- Se minimizan problemas de devoluciones por mala calidad, del no pago oportuno de la cartera, de la negación de deudas y otros asuntos que muchas veces son motivados

por calidades defectuosas, servicios mal prestados o por que la imagen de la empresa es negativa o no confiable.

- Mejora la imagen y mejora la reputación de la marca ante los clientes, antes los canales de distribución y ventas.

Todos estos temas revisados, contextualizan el estudio de la investigación como principal punto el espacio geográfico y tiempo histórico donde se desarrollan los hechos y determina el aporte que genera la Responsabilidad Social Empresarial al desarrollo humano de una sociedad, fomentada en unas leyes, como se establecen en las bases teóricas.

Bases Legales

La Responsabilidad Social Empresarial es una contribución activa y voluntaria de las empresas para el mejoramiento social, económico y ambiental, por ello, sus fundamentos legales guardan una estrecha relación con ésta y con el cumplimiento de las empresas, como agente moral y con el esfuerzo de distinguir entre el bien y el mal para el bienestar de la sociedad. No obstante, el respaldo legal de la Responsabilidad Social Empresarial es, principalmente, normado por los derechos que otorga la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, establecido en los siguientes artículos:

Artículo 2: "Venezuela se constituye en un Estado democrático y social de Derecho y de Justicia, que propugna como valores superiores de su ordenamiento jurídico y de su actuación, la vida, la libertad, la justicia, la igualdad, la solidaridad, la democracia, la responsabilidad social y en general, la preeminencia de los derechos humanos, la ética y el pluralismo político"

Artículo 86: "Toda persona tiene derecho a la seguridad social como servicio público de carácter no lucrativo, que garantice la salud y asegure protección en contingencias de maternidad, paternidad, enfermedad, invalidez, enfermedades catastróficas, discapacidad, necesidades especiales, riesgos laborales, pérdida de empleo, desempleo, vejez, viudedad, orfandad, vivienda, cargas derivadas de la vida familiar y cualquier otra circunstancia de previsión social....”.

Artículo 87: "Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. El Estado garantizará la adopción de las medidas necesarias a los fines de que toda persona pueda obtener ocupación productiva, que le proporcione una existencia digna y decorosa y le garantice el pleno ejercicio de este derecho. Es fin del Estado fomentar el empleo. La ley adoptará medidas tendentes a garantizar el ejercicio de los derechos laborales de los trabajadores y trabajadoras no dependientes. La libertad de trabajo no será sometida a otras restricciones que las que la ley establezca. Todo patrono o patrona garantizará a sus trabajadores y trabajadoras condiciones de seguridad, higiene y ambiente de trabajo adecuados. El Estado adoptará medidas y creará instituciones que permitan el control y la promoción de estas condiciones".

Artículo 89: “El trabajo es un hecho social y gozará de la protección del Estado. La ley dispondrá lo necesario para mejorar las condiciones materiales, morales e intelectuales de los trabajadores y trabajadoras. Para el cumplimiento de esta obligación del Estado se establecen los siguientes principios: 1. Ninguna ley podrá establecer disposiciones que alteren la intangibilidad y progresividad de los derechos y beneficios laborales. (...); 5. Se prohíbe todo tipo de discriminación por razones de política, edad, raza, sexo o credo o por cualquier otra condición; 6. Se prohíbe el trabajo de adolescentes en labores que puedan afectar su desarrollo integral. El Estado los protegerá contra cualquier explotación económica y social.”

Artículo 111: “Todas las personas tienen derecho al deporte y a la recreación como actividades que benefician la calidad de vida individual y colectiva. (...). La ley establecerá incentivos y estímulos a las personas, instituciones y comunidades que promuevan a los y las atletas y desarrollen o financien planes, programas y actividades deportivas en el país.”

Artículo 112: "Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las previstas en esta Constitución y las que establezcan las leyes, por razones de desarrollo humano, seguridad, sanidad, protección del ambiente u otras de interés social. El Estado promoverá la iniciativa privada, garantizando la creación y justa distribución de la riqueza, así como la producción de bienes y servicios que satisfagan las necesidades de la población, la libertad de trabajo, empresa, comercio, industria, sin perjuicio de su facultad para dictar medidas para planificar, racionalizar y regular la economía e impulsar el desarrollo integral del país".

Artículo 132: "Toda persona tiene el deber de cumplir sus responsabilidades sociales y participar solidariamente en la vida política, civil y comunitaria del país, promoviendo y defendiendo los derechos humanos como fundamento de la convivencia democrática y de la paz social".

Artículo 135: "Las obligaciones que correspondan al Estado, conforme a esta Constitución y a la ley, en cumplimiento de los fines del bienestar social general, no excluyen las que, en virtud de la solidaridad y responsabilidad social y asistencia humanitaria, correspondan a los o a las particulares según su capacidad. La ley proveerá lo conducente para imponer el cumplimiento de estas obligaciones en los casos en que fuere necesario. Quienes aspiren al ejercicio de cualquier profesión, tienen el deber de prestar servicio a la comunidad durante el tiempo, lugar y condiciones que determine la ley".

Artículo 299: “El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democratización, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad de crecimiento de la economía, para garantizar una justa distribución de la riqueza, mediante una planificación estratégica democrática, participativa y de consulta abierta.”

De acuerdo a lo establecido en los artículos señalados, se puede observar como el Estado, en su Carta Magna, mantiene los lineamientos de los Derechos y Deberes que tiene toda persona con la seguridad social, al igual que toda Institución u Empresa que se encuentre dentro del territorio de la República Bolivariana de Venezuela, garantizando una mejor calidad de vida a los trabajadores y trabajadoras a nivel de recreación, educación, salud, deporte y crecimiento económico.

Cumpléndose así las responsabilidades sociales que debe tener toda persona, se logra una mejor convivencia democrática y una paz social creada con sentido de pertenencia, a los principales aspectos que involucran a la Responsabilidad Social y la Responsabilidad Social Empresarial, dirigido a la protección del ambiente a la solidaridad humana y a ese valor agregado con la comunidad.

Normas de Obligatorio Cumplimiento

Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras. (LOTTT)

Dicha ley promulgada según Decreto N° 8938 según Gaceta Extraordinaria N° 6.076, con fecha del 7 de mayo de 2012, en sus siguientes artículos establece:

Artículo 96. La riqueza es un producto social, generado principalmente por los trabajadores y trabajadoras en el proceso social de trabajo. Su justa distribución debe garantizar una vida digna junto a su familia, cubriendo las necesidades materiales, sociales e intelectuales. La ley establecerá los mecanismos para salvaguardar las condiciones en las que esta se produce.

Artículo 294. A los efectos de esta Ley se concibe como formación colectiva, integral, continua y permanente, la realizada por los trabajadores y las trabajadoras en el proceso social de trabajo, desarrollando integralmente los aspectos cognitivos, afectivos y prácticos, superando la fragmentación del saber, el conocimiento y la división entre las actividades manuales e intelectuales.

Artículo 320. El proceso social de trabajo constituye la fuente fundamental del conocimiento científico, humanístico y tecnológico, requerido para la producción de bienes y la prestación de servicio a la sociedad. Las invenciones, innovaciones y mejoras son producto del proceso social de trabajo, para satisfacer las necesidades del pueblo, mediante la justa distribución de la riqueza.

Artículo 330. Los procesos de educación y trabajo se orientaran a la creación de las condiciones materiales, sociales y culturales requeridas para el desarrollo integral de la familia y su comunidad.

Con fecha actual, se puede inferir como la esta ley sigue la medidas de la Carta Magna, buscando una integración vulnerable entre los trabajadores, el patrono y la comunidad, asentados en los principios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social (LOSSS)

La Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social fue promulgada en la gaceta oficial No. 37.600 del 30 de diciembre de 2.002 y reformada el 24 de Mayo de 2010según **Gaceta Extraordinaria N° 5.976** constituye la regulación definitiva de la seguridad social como derecho de los ciudadanos consagrado en los siguientes artículos: artículos 80 a 86 de la Constitución y lo plantea esta en sus, **Artículo 4.** “La seguridad social es un derecho humano y social fundamental e irrenunciable, garantizado por el Estado a todos los venezolanos residentes en el territorio de la República, y a los extranjeros residenciados legalmente en él, independientemente de su capacidad contributiva, condición social, actividad laboral, medio de desenvolvimiento, salarios, ingresos y renta, conforme al principio de progresividad y a los términos establecidos en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela y en las diferentes leyes nacionales, tratados, pactos y convenciones suscritos y ratificados por Venezuela”.

Artículo 19: “El Sistema de Seguridad Social, sólo a los fines organizativos, estará integrado por los sistemas prestacionales siguientes: Salud, Previsión Social y Vivienda y Hábitat. Cada uno de los sistemas prestacionales tendrá a su cargo los regímenes prestacionales mediante los cuales se brindará protección ante las contingencias amparadas por el Sistema de Seguridad Social.....”.

Esta ley define como está estructurado el servicio social obligatorio que presta el Estado a la población, tanto público como privado y sigue la misma disposición de los principios que tiene la Responsabilidad Social Empresarial.

**Ley orgánica de Prevención Condiciones y Medio ambiente del Trabajo
“LOCYMAT” (2005).**

La presente ley promulgada el 26 de Julio de 2005 según Gaceta Oficial 38.236 establece lo siguiente:

Artículo 1. “El objeto de la presente Ley es:

1. Establecer las instituciones, normas y lineamientos de las políticas, y los órganos y entes que permitan garantizar a los trabajadores y trabajadoras, condiciones de seguridad, salud y bienestar en un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el ejercicio pleno de sus facultades físicas y mentales, mediante la promoción del trabajo seguro y saludable, la prevención de los accidentes de trabajo y las enfermedades ocupacionales, la reparación integral del daño sufrido y la promoción e incentivo al desarrollo de programas para la recreación, utilización del tiempo libre, descanso y turismo social...”.*/

Este primer artículo señala en forma general los lineamientos que debe seguir toda empresa garantizando las condiciones de ambiente de trabajo y empleo, refiriéndose a las políticas empleadas que desarrolle el departamento de recursos humanos.

Ley Orgánica para la Protección del Niño y del Adolescente

Esta ley fue publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.859 del 10 de Diciembre de 2007 señala lo siguiente:

Objeto de esta Ley

Artículo 1. “Esta ley tiene por objeto garantizar a todos los niños, niñas y adolescentes, que se encuentren en el territorio nacional, el ejercicio y el disfrute pleno y efectivo de sus derechos y garantías, a través de la protección integral que el Estado, la sociedad y a familia deben brindarles desde el momento de su concepción”.

Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación. (LOCTI)

La Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación fue promulgada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 38.242 de fecha 3 de agosto de 2.005 establece lo siguiente:

Objeto de esta Ley

Artículo 1. La presente Ley tiene por objeto desarrollar los principios orientadores que en materia de ciencia, tecnología e innovación y sus aplicaciones, establece la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, organizar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, definir los lineamientos que orientarán las políticas y estrategias para la actividad científica, tecnológica, de innovación y sus aplicaciones, con la implantación de mecanismos institucionales y operativos para la promoción, estímulo y fomento de la investigación científica, la apropiación social del conocimiento y la transferencia e innovación tecnológica, a fin de fomentar la capacidad para la generación, uso y circulación del conocimiento y de impulsar el desarrollo nacional.

Artículo 4. “De acuerdo con esta Ley, las acciones en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, estarán dirigidas a:14. Estimular la participación del sector privado, a través de mecanismos que permitan la inversión de recursos

financieros para el desarrollo de las actividades científicas, tecnológicas, de innovación y sus aplicaciones....”.

Artículo 5. Las actividades de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, así como, la utilización de los resultados, deben estar encaminadas a contribuir con el bienestar de la humanidad, la reducción de la pobreza, el respeto a la dignidad, a los derechos humanos y la preservación del ambiente.

Artículo 7. El Ejecutivo Nacional, mediante los organismos competentes, velará por el adecuado cumplimiento de los principios bioéticos y ambientales en el desarrollo de la investigación científica y tecnológica, de conformidad con las disposiciones de carácter nacional y los acuerdos internacionales suscritos por la República.

Artículo 8. El Ministerio de Ciencia y Tecnología propiciará la creación de comisiones multidisciplinarias de ética, bioética y biodiversidad, que se ocuparán de definir los aspectos inherentes a los artículos 6 y 7 de este Decreto-Ley, a través de la propuesta de códigos de ética, bioética y de protección del ambiente, relativos a la práctica científica, tecnológica y de innovación.

Así, el artículo 42 en su numeral 4 establece lo siguiente:

4. Inversión en proyectos de innovación relacionados con las actividades de la empresa, que involucren la obtención de nuevos conocimientos o tecnologías en el país, con participación nacional en los derechos de propiedad intelectual, entre otras:

- a) Sustitución de materias primas o componentes para disminuir importaciones o dependencia tecnológica.
- b) Creación de redes de cooperación productivas con empresas nacionales.

- c) Utilización de nuevas tecnologías para incrementar calidad productiva de las empresas.
- d) Participación, Investigación y Desarrollo de las universidades y centros país en la introducción de nuevos procesos tecnológicos, esquemas gerenciales y organizativos, obtención de nuevos productos o de los procedimientos, exploración de nuevos mercados y en general procesos de innovación en el ámbito de las actividades y fines de las empresas, con miras a mejorar su competitividad y calidad productiva.
- e) Formación del talento humano en normativa, técnicas, procesos y procedimientos de calidad, relativos a las empresas nacionales.

Por lo tanto esta Ley establece los principales principios de innovación tecnológica apuntando un mayor crecimiento en los avances de la ciencia de acuerdo al comportamiento de las sociedades, para un mejor desenvolvimiento de los empleados y trabajadores, así como también la elaboración de programas de capacitación dentro de la empresa y con proyección fuera de ella, integrando los espacios comunitarios con labores de formación educativa e innovadora para el crecimiento personal.

Ley Orgánica Contra El Trato Ilícito y El Consumo de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas.

Publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N°. 5789 en su Segunda versión el 26 de octubre de 2.005 reimpresa el 16 de Diciembre de 2005 establece lo siguiente:**Artículo 1:** “Esta Ley contiene las disposiciones que deben aplicarse en materia de comercio, expendio, industria, fabricación, refinación, transformación, extracción, preparación, producción, importación, exportación, prescripción, posesión, suministro, almacenamiento, transporte, corretaje y toda forma de distribución, control, fiscalización y uso de las sustancias estupefacientes y psicotrópicas, así como el tráfico y cultivo a que se refiere la ley.....”.

El capítulo II de la ley trata sobre la prevención integral social en materia de sustancias estupefacientes y psicotrópicas, alcohol y tabaco. Es así como el **Artículo 88**: “Es obligatorio para todo ciudadano, ciudadana o persona jurídica en la prevención de los delitos y consumo ilícito de las sustancias a que se refiere la ley y en la prevención del abuso del alcohol, tabaco y su mezclas, como el chimó, con prioridad absoluta en todo lo relacionado con la prevención de niños, niñas y adolescentes y la atención de la mujer desde la perspectiva del género”.

El artículo 96, establece la previsión presupuestaria para programas obligatorios de información, formación y capacitación de sus trabajadores; es así como dispone que:“las personas jurídicas, públicas y privadas que ocupen cincuenta trabajadores o más, destinarán el uno por ciento (1%) de su ganancia neta anual, programas de prevención integral social contra el tráfico y consumo de drogas ilícitas, para sus trabajadores y entorno familiar y de este porcentaje destinarán el cero coma cinco por ciento (0.5%) para los programas de protección integral a favor de niños, niñas y adolescentes, a cuales le darán prioridad absoluta. Las personas jurídicas pertenecientes a grupos económicos se consolidarán a los fines de cumplir con esta previsión....”.

De acuerdo a esta ley y los principios del Pacto Mundial sobre la Responsabilidad Social Empresarial, la empresa debe apoyar y respetar la protección de los derechos humanos dentro y fuera de su espacio laboral, contribuyendo de esta manera, con programas de prevención dirigidos al personal, a sus familiares y entorno que les rodea. Debido a que hay casos de consumo de sustancias estupefacientes y psicotrópicas, alcohol y tabaco, generados en la nómina semanal (obreros), por el entorno social que ellos se desenvuelven, y pueden traerlo al campo laboral.

De esta manera la empresa también cumple y ha desarrollado programas de prevención para estas situaciones, y que forman parte de la Responsabilidad Social Empresarial.

Ley de Impuesto Sobre La Renta (Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 38.628, Febrero 27, 2007). (LISR)

Establece en su artículo 27 párrafo Duodécimo lo siguiente: “También se podrán deducir de la renta bruta las liberalidades efectuadas en cumplimiento de fines de utilidad colectiva y de responsabilidad social del contribuyente y las donaciones efectuadas a favor de la Nación, los Estados, los Municipios y los Institutos Autónomos. Las liberalidades deberán perseguir objetivos benéficos, asistenciales, religiosos, culturales, docentes, artísticos, científicos, de conservación, defensa y mejoramiento del ambiente, tecnológicos, deportivos o de mejoramiento de los trabajadores urbanos o rurales, bien sean, gastos directos del contribuyente o contribuciones de éste hechas a favor de instituciones o asociaciones que no persigan fines de lucro y las destinen al cumplimiento de los fines señalados.”

El párrafo decimotercero del artículo 27, establece los porcentajes máximos que se permiten para estas donaciones o liberalidades establecidas en el párrafo duodécimo: a) 10% cuando la renta neta del contribuyente no exceda de 10.000 UT y 8% por la porción de renta neta que exceda de 10.000 UT. b) 1% de la renta neta en todos los casos en que el contribuyente se dedique a realizar alguna de las actividades económicas previstas en el literal d) del artículo 7 de la ley (hidrocarburos y conexos).

Con respecto a esta ley la empresa contribuye de una forma directa y con aportes tangibles al mejoramiento de programas sociales dirigidos a las acciones benéficas, asistenciales, religiosas, culturales, docentes, artísticas, científicas, de

conservación, defensa y mejoramiento del ambiente, tecnológicos y deportivos. Reduciendo de esta manera el pago de impuestos que pueda tener.

NORMAS Y ESTÁNDARES INTERNACIONALES

Cabe señalar que a nivel internacional producto de la preocupación por la Responsabilidad Social, la protección de la salud, los derechos humanos y la protección del medio ambiente, se crearon una serie de normas que garantizaran el cumplimiento de la Responsabilidad Social como tal y el cuidado del medio ambiente, estas normas han sido diseñadas para guiar, apoyar y medir el comportamiento de las compañías en la implementación y mejoramiento del desempeño corporativo sobre los diversos dilemas de RSE, siendo así que se expusieron como parte de la serie ISO (International Standard Organization) las normas:

ISO 14000 (Gestión Ambiental)

Es una norma aceptada internacionalmente la cual busca promover el cuidado y protección del medio ambiente aplicados por la empresa, con la finalidad de que el producto o servicio prestado no perjudique y respete al mismo, garantizándole mayor competitividad a la organización, por medio de un producto o servicio de calidad. Esta norma establece una serie de especificaciones a ser cumplidas por las empresas a fin de poder participar en diferentes mercados a nivel internacional, por tanto es importante que las empresas que pretendan ser competitivas a nivel globalizado se certifiquen bajo esta norma de gestión ambiental.

ISO 14001

El objetivo de esta norma es proporcionar a las empresas Instrumentos apropiados para implantar un sistema de gestión medioambiental eficaz. Esta norma se caracteriza principalmente por tres pilares: Prevención de la Contaminación, Mejoramiento Continuo y cumplimiento con la legalidad ambiental donde se aplica; la finalidad es gestionar un equilibrio entre el sustento de la rentabilidad y la reducción del impacto medioambiental. Con la responsabilidad de que toda la organización, permite lograr ambos objetivos. Mediante la aplicación de esta norma se pueden identificar aspectos del negocio que tienen un impacto negativo en el medio ambiente y aplicar las leyes medioambientales que son significativas para esa situación.

ISO 26000

De igual manera, la organización (International Standart Organization) ha reconocido la importancia del tema de Responsabilidad Social a nivel mundial, por ende desarrollo la Norma ISO 26000, cuyo objetivo es generar una herramienta internacional tendiente apromover y difundir el concepto y la práctica de Responsabilidad Social, como una manera concreta de contribuir al logro del desarrollo sustentable. A pesar de que esta norma no se considera obligatoria y su intención no es ser utilizada para certificación por partes terceras, busca promover la estrategia de Responsabilidad Social en los negocios, reforzar las competencias empresariales en este marco, contribuir a mejorar los impactos ambientales, económicos y sociales de las empresas en su entorno.

Norma AA1000 (Aseguramiento)

Esta norma, surgió debido a la preocupación de que diversos sectores por el rápido crecimiento de los informes públicos de sostenibilidad, especialmente en el ámbito empresarial y a su vez para dar respuestas por el desempeño social, económico y ambiental de las empresas. La norma de aseguramiento AA1000 (ACCOUNTABILITY 2003:5) define dicha norma como: “un estándar de aplicación general para evaluar, certificar y fortalecer la credibilidad y calidad del informe de sostenibilidad de una organización y de sus principales procesos, sistemas y competencias. Asimismo, provee de orientación sobre los elementos clave del proceso de aseguramiento”. Las organizaciones que adopten la norma AA1000, estarán en la responsabilidad de llevar a la práctica el compromiso para identificar y comprender sus resultados e impacto social, ambiental y económico.

Certificación SA 8000

La norma SA8000 es creada por una organización estadounidense llamada Responsabilidad Social Internacional (Social Accountability International - SAI), con la finalidad de auditar y certificar el cumplimiento de la responsabilidad corporativa, pero también se creó como mecanismo para mejorar y fortalecer las condiciones laborales, enmarcadas dentro de la justicia social y los derechos de los trabajadores. Es aplicable a todo tipo de empresa que desee mejorar la productividad, la calidad y conservar a sus trabajadores. Dicha certificación se rigue bajo la estructura “PDCA - Planificar - Hacer - Verificar - Actuar” de las ISO 9001/14001, las convenciones de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño.

OHSAS18001

Se aplica para establecer un sistema de gestión de salud y seguridad en el trabajo; fomentar los entornos de trabajo seguro y saludable, al ofrecer un marco que permite a la organización identificar los riesgos laborales, eliminar y reducir al máximo los riesgos del personal y otras partes interesadas que puedan estar en riesgo de su salud e inseguridad en el trabajo relacionados con las actividades llevadas a cabo por la organización. OHSAS 18001 ha sido creada con el propósito de ser compatible con la ISO 9001 e ISO 14001 a fin de ayudar a las organizaciones a cumplir de forma eficaz con sus obligaciones relativas a la salud y la seguridad.

Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

El Pacto Mundial es un programa internacional propuesto por Naciones Unidas llevado a cabo en Julio del 2002. Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades en responsabilidad social, por medio de la implantación de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. Las entidades cuando adoptan estos principios, no están diciendo que los cumplan inmediatamente, sino que se comprometen a implementarlos, de modo progresivo en el día a día de sus funciones, haciendo de ellos una parte esencial de su estrategia corporativa y desarrollo de sus operaciones. Así mismo, adquiere el compromiso de ir dando cuenta a la sociedad, con total transparencia de las mejoras que realizan mediante el proceso de la implantación de los diez principios. Cabe destacar que este pacto no se considera un instrumento que concede una certificación a las empresas que cumplen con determinados requisitos; sino que busca la implementación voluntaria de los mismos, tales como:

- ✓ Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
- ✓ Las empresas deben asegurarse que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.
- ✓ Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.
- ✓ Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o relacionado bajo coacción.
- ✓ Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y la ocupación.
- ✓ Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente y fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.
- ✓ Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorción y soborno.

Definición de Términos Básicos

Áreas de la Responsabilidad Social Empresarial: Son las acciones que las empresas realizan y se enmarcan en la Responsabilidad Social Empresaria comprendiendo relativo a "los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

Balance social: consiste en reunir, sistematizar y evaluar la información que correspondiente a la dimensión social de la actividad empresarial, difundida en un documento de alcance público, donde se puedan cuantificar los datos. El documento debe reflejar con objetividad e integridad la situación real de la institución, exponiendo tanto los impactos positivos como negativos del período considerado.

Competitividad: Conjunto de ventajas como calidad, atención al cliente, investigación, precio, entre otras, que permite a una empresa diferenciarse de otras.

Desarrollo Sostenible: El desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para enfrentarse a sus propias necesidades.

Filantropía: Amor al género humano y todo lo que a la humanidad respecta, particularmente, en su forma positiva y constructiva, expresado en la ayuda a los demás sin que necesariamente se requiera de un intercambio o interés alguno en una respuesta.

Global Reporting Initiative (GRI): es una institución independiente en la que participan diversas partes interesadas o grupos de interés (Stakeholders) y cuya misión es elaborar y difundir la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, un informe contable opcional sobre sostenibilidad. Es un centro

oficial de colaboración del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA).

Grupos de Interés (Stakeholders): un stakeholder es cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por una organización. En sentido amplio, el término incluye a proveedores, clientes, accionistas, empleados, comunidades, grupos políticos, gobierno, medios de comunicación, etc. Una definición más estrecha considera que los stakeholders de una firma son los proveedores, clientes, empleados, aportantes de capital y las comunidades.

Imagen Corporativa: La imagen corporativa es un elemento definitivo de diferenciación y posicionamiento. Así como las empresas deben adecuarse a los cambios con una velocidad y profundidad, jamás vista, de igual manera deberá adecuar su imagen, para transmitir dichos cambios. La imagen corporativa es la manera por la cual trasmite, quién es, qué es, qué hace y como lo hace.

Instrumento de evaluación: herramienta que se elige o se construye para medir o valorar aspectos o características identificados en los procesos de evaluación. Por ejemplo: un cuestionario, una encuesta o una prueba.

Lineamientos Generales la Responsabilidad Social Empresarial: El compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente para la construcción del bien común.

Memoria de sostenibilidad: las memorias de sostenibilidad son informes de carácter voluntario y público que tienen el objeto de comunicar a los grupos de interés la

posición de la empresa respecto a los temas que le son sensibles, además de mostrar el grado de cumplimiento de los objetivos y compromisos propuestos por la organización.

Producto Interno Bruto no Petrolero: valor de los bienes y servicios finales referentes a la actividad petrolera, producidos en el territorio de un país, durante un período determinado.

Programas de RSE: Es una herramienta importante para garantizar el éxito y la sostenibilidad de cualquier modelo de negocio.

Responsabilidad Social Empresaria: "La Responsabilidad Social Empresaria es una visión de negocios que integra en la gestión empresarial y en forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente"

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

Naturaleza de la Investigación

El proceso de la investigación debe dar como resultados la generación de un conocimiento científico, para ello debe emprenderse un conjunto de pasos que se caracterizan por ser ordenados y esquematizados, puesto que ellos depende la eficacia de la información.

Según Méndez (2001:2), el conocimiento científico es aquel que: “se obtiene de manera ordenada y sistemática, siendo un método en el proceso y buscar conocer las causas y las leyes que originen el objeto conocido”. Visto de esta manera, es preciso seguir una serie de pasos rigurosos, para obtener este nivel conocimiento, es decir es necesario una metodología de investigación la cual define, Sabino (2000:31) de la siguiente manera: “los pasos y procedimientos que se han concretado de trabajo que se aplique en una disciplina o especialidad”. A continuación se presenta la metodología de esta investigación.

Diseño de la Investigación

Para el cumplimiento de los objetivos trazados en la presente investigación, fue necesario concebir un plan concreto y práctico para responder a las interrogantes que se desprendieron de la problemática planteada para el desarrollo de la misma.

De esta manera, el objeto del diseño de la investigación es proporcionar un modelo de verificación que permite contrastar hechos con teoría y su forma de

evaluar los programas de Responsabilidad Social Empresarial de la empresa de estudio.

En este mismo orden de ideas, la investigación se presentó desde un eje transeccional o transversal, lo cual se evidenció a partir de la necesidad de indagar sobre una situación en particular en un momento dado, en el cual se realizó la investigación, Hernández (2000).

Tipo de Investigación

Así mismo se apoya en una investigación de campo, puesto que permite la recolección de los datos directamente de la empresa Agroindustrial, para analizarlos y dar una respuesta que permita satisfacer los objetivos de la investigación.

Por otra parte, el tipo de estudio corresponde, debido a que las investigadoras observaron y obtuvieron los datos del fenómeno que investiga directamente de la realidad. Según el criterio de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2003), el estudio de campo consiste según Arias (2006) como:

“El análisis sistemático de problemas en el propósito de describirlos, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza y factores constituyentes o predecir su ocurrencia. Los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad por el propio investigador”. (p. 24).

También corresponde, a ser documental, debido a que se observa y reflexiona la realidad para la solución del problema planteado, usando para ello diferentes tipos de documentos o fuentes de información, tales como libros, revistas, trabajos anteriores relacionados con el tema. En este sentido Arias, (2006) la conceptualiza

como “aquella que se basa en la obtención y análisis de datos provenientes de materiales impresos u otros tipos de documentos” (p. 47).

Así mismo, la UPEL complementa lo antes expuesto, cuando expone que la investigación documental “es el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente en fuentes bibliográficas y documentales” (p. 15).

Nivel de la Investigación.

El nivel de profundidad de la presente investigación es Descriptiva, la cual según Méndez (1.998) se define como:

El estudio descriptivo, cuyo propósito es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación. Por esto es posible establecer las características demográficas de unidades investigadas identificar formas de conducta y actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación; establecer comportamientos concretos; y el de descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación. (p. 1).

Por lo tanto, el estudio descriptivo además identifica característica del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos, descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. Ahora bien, en lo que respecta a nivel investigativo se puede decir que se caracteriza por ser de tipo descriptivo, el cual es definido por Arias, como aquel que “consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer su estructura o comportamiento” (p. 46).

Modalidad de la Investigación

No solo determina el nivel de conocimiento, garantiza el desarrollo de un trabajo organizado, también es preciso seguir un esquema riguroso de actividades que acondicionen los datos que se obtuvieron; en esta oportunidad se está haciendo referencia al método de investigación, el cual para Méndez (2001:132), “puede definirse como un procedimiento riguroso formulado de una manera lógica para lograr la adquisición, organización o sistematización y expresión de conocimientos, tanto en su aspecto teórico como en su fase experimental”.

Los métodos de investigación constituyen procesos estratégicos que arrumban al investigador a la adquisición de la información más oportuna para lograr responder con la verdad a la formulación del problema. Los métodos que se incluyen en este proceso investigativo son:

La **Observación:** Según Méndez (p.133), indica que: “ Puede entenderse como el proceso mediante el cual se percibe deliberadamente ciertos rasgos existentes en la realidad por medio de un esquema conceptual previo y con base en ciertos propósitos definidos generalmente por una conjetura que se quiere investigar”. A través de este procedimiento se obtuvieron las características que dimensionan al planteamiento del problema.

El **Análisis:** este método permitió y caracterizar cada uno de los elementos que conforman el objeto de estudio precisando así las causas y los efectos del problema. El análisis según Méndez (p.131), es el: “Proceso de conocimiento que se inicia por la identificación de cada una de las partes que caracterizan una realidad. De esa manera se establece la relación causa – efecto entre los elementos que componen el objeto de investigación”.

La **síntesis**: Este método completo el trabajo del análisis, ya que permitió relacionar el comportamiento de las diversas variables con el problema. A juicio de Méndez (p. 137), la síntesis: “Implica que a partir de la interrelación de los elementos que identifican su objeto, cada uno se desempeña con referencia al problema de investigación”. Es decir, la síntesis permitió evidenciar como influye los elementos en el objeto de estudio.

Los métodos fueron de gran utilidad para ofrecer una explicación clara en el contexto del trabajo.

Estrategia Metodológica

La estrategia metodológica corresponde la forma como será abordada la problemática por parte de la investigación, presentando el problema, objetivos y justificación de la investigación, recurriendo a la revisión bibliográfica y documental enfocada en el tema estudiado, trabajo similares y publicaciones de los cuales se obtendrá información relevante sobre aspectos directamente relacionados con el tema objeto de la investigación. Además se identificarán las unidades de estudio representadas por la población y muestra, técnicas e instrumentos para la recolección de datos que serán previamente validados para su posterior aplicación.

Adicionalmente a lo expuesto, se realiza un Cuadro Técnico Metodológico en el que se agrupan los aspectos, condiciones y elemento que permiten desglosar los objetivos específicos de la investigación con el objetivo de recabar información más detallada.

Cabe destacar que, en el cuadro técnico metodológico, se especifican los elementos esenciales a tomar en cuenta para operacionalizar cada objetivo específico,

como lo son: las variables, definición, dimensión o factores que son elementos integrantes de una variable compleja que resulta de su análisis o descomposiciones, indicadores para medir la variable, los ítems como descriptores del indicador a medir. La fuente, la cual facilita la información y las técnicas e instrumentos de recolección de información.

Con la finalidad de alcanzar la operacionalización de los objetivos específicos planteados en esta investigación, se utilizará un Cuadro Técnico Metodológico (**ver Cuadro N°1**), el cual según Delgado de Smith Yamile(2002) “se concibe como una buena herramienta de apoyo que contiene los objetivos específicos. Es entre muchas vías para ordenar, planificar y ejecutar la investigación”, tomando en cuenta los dos primeros objetivos específicos de la investigación permitiendo obtener dimensiones, indicadores e ítems y constituyendo los elementos medibles que sirven de base en la elaboración del instrumento de investigación que será aplicado a los trabajadores de la organización.

CUADRO N° 1. Cuadro Técnico Metodológico

Objetivo General

Evaluar los programas de la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Agroindustrial ubicada en Valencia Estado Carabobo, con el fin de aportarle a la organización, las herramientas teóricas y prácticas acerca de la temática planteada.

Objetivos Específicos	Dimensiones	Definición	Indicadores	Item	Fuente	Técnica e Instrumento
1. Analizar las áreas de impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa Agroindustrial	Impacto de las áreas de Responsabilidad Social Empresarial	El Impacto de las áreas es un estudio de modelo en base a capacidades que permite construir un índice cuantitativo comparativo anual de capacidades y medir consistentemente y coherentemente el impacto social de los programas de RSE. Además el impacto de las áreas son puntos o dimensiones claves de la responsabilidad social tanto para académicos como para directivos y profesionales.	1. Apoyo a los Trabajadores 2. Ambiente de Trabajo y Empleo	1.1 Política de Apoyo a la Comunidad (1-4) 1.2 Asignaciones de Recurso (5,6) 1.3 Programas de Responsabilidad Social (7-10) 2.1 Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales (11, 12) 2.2 Condiciones Ambientales (13, 14) 2.3 Inversión en prevención de salud y seguridad (15, 16) 2.4 Participación de fuerza de trabajo por género (17 - 20) 2.5 Capacitación del personal y desarrollo profesional (21, 22) 2.6 Libertad de Sindicalización (23) 2.7 Despido y Plan de retiro (24, 25) 2.8 Percepción y evaluación interna (26 - 28)	Los trabajadores de la Empresa Agroindustrial (Empleado y Obrero). Comunidad Externa Código de Ética, Leyes, normas, reglamentos, Bibliografías y profesionales con experiencia en	Entrevista (cuestionario)

			<p>3. Protección del Medio Ambiente</p> <p>4. Marketing Responsable</p> <p>5. Valores y Principios Éticos</p>	<p>3.1 El medio Ambiente como compromiso empresarial (26 - 28)</p> <p>3.2 Se desarrollan prácticas de cuidado del medio ambiente (29 -31)</p> <p>3.3 Impacto medioambiental (32, 35)</p> <p>4.1 Consideraciones de la opinión del cliente (36, 37)</p> <p>4.2 Proceso de Reclamaciones (38 - 42)</p> <p>4.3 Relaciones en las cadenas de Proveedores (43, 44)</p> <p>4.4 Marketing y comunicación (45, 46)</p> <p>5.1 Misión y Visión (49 - 51)</p> <p>5.2 Conocimiento de normativas y</p> <p>5.3 Recomendaciones – Código (52 - 55)</p> <p>5.4 Procedimientos (56, 57)</p> <p>5.5 Cumplimiento de legislación vigente -Varios (58 - 60)</p> <p>5.6 Política de la Empresa</p>	<p>el Tema.</p>	
--	--	--	---	---	-----------------	--

Fuente: Aponte y González (2015).

Población y Muestra

Población

Tamayo (2002) la define como: “La totalidad de fenómenos a estudiar donde las unidades de población poseen una característica común, la cual se estudia y da origen a los datos de la investigación”. (p 114).

Ahora bien, en el caso que nos concierne, la población objeto de estudio para la investigación es de tipo finita y estuvo constituida por los empleados y obreros adscritos a las sucursales de la sede central de la empresa Agroindustrial, C.A, que se encuentran en el Estado Carabobo, constituidas por: La Sede Central y las sucursales de Congelado, Precocido, y Embutidos, los cuales se encuentran divididos en dos (2) estratos: Empleados administrativos y obreros. El cuadro detalla la conformación de la población por sucursal y estrato.

Cuadro N°2 Distribución de Población por Sucursal y Extracto

Sucursal	Estratos		Totales
	Empleados	Obreros	Estratos
Embutido	14	9	23
Precocido	28	31	59
Congelados	17	12	29
Sede Central	37	2	39
Total	96	54	150

Fuente: Empresa Agroindustrial ubicada en Valencia (2015)

En la presente investigación, la población está representada por toda la empresa Agroindustrial Estado. Carabobo. Conformada por las personas que se

encuentran laborando actualmente en los diferentes departamentos y áreas de la empresa la forma en cómo se determina la muestra es a través del método de muestreo aleatorio simple, es decir, todos los sujetos de una población tienen la misma probabilidad de entrar y formar parte de la muestra.

Muestra

Una muestra es un subgrupo de la población o universo de estudio, que lo representa y con el cual se pueden generalizar los resultados obtenidos. Al respecto, Gabaldon citado por Barreto (2005) expone que:

La muestra estadística es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. La muestra es obtenida con el fin de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de una población. (p.76)

La muestra de la investigación es probabilística estratificada, en la cual, según Hernández (2000), “no solo cada uno de los elementos muestrales tienen la misma probabilidad de ser escogidos, sino que además, es necesario estratificar la muestra en relación a estatus o categorías que se presentan en la población”. (p.76)

Para determinar el tamaño de la muestra se implementa la fórmula de la proporción poblacional, tomando en cuenta como referencia que la población es finita Arias, F (2012):

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

En donde:

n = elementos de la muestra
 N = elementos de la población
 Z = nivel de confianza (95,5)
 p = estimación (0,05) }
 q = 1 - p }
 e = error de estimación permitido (0,07)
 O= obrero
 E= empleado

$$n = \frac{p \times q \times N \times Z^2}{e^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q} = \frac{0,05 \times (1-0,05) \times 150 \times 1,96^2}{0,07^2 \times (150-1) + 1,96^2 \times 0,05 \times (1-0,05)}$$

n = 29,99 = 30 (es el tamaño de mi muestra)

$$\frac{n}{N} \times 100 = \% \Rightarrow \frac{30}{150} \times 100 = 20\%$$

Calculo de la Muestra por estratos:

54 * 20% = 10.8 **Total** = 10.8 + 19.2 = 30.0 (muestra)

96 * 20% = 19.2

De lo anterior y a través del cálculo realizado se desprende la muestra que es considerada para la consecución de los objetivos de la presente investigación; la operacionalización de las variables recayó en 94 empleados y 54 obreros que laboran en las distintas aéreas o departamentos y 30 personas entre empleados y obreros es nuestro tamaño de la muestra para el objeto de estudio de esta investigación.

Instrumentos y Técnicas para la Recolección de la Información

Instrumentos para la Recolección de la Información

Para poder lograr la correcta realización del estudio, uno de los principales aspectos que se tuvo presente fue el de contar con las técnicas adecuadas que permitieron dar a conocer de manera exacta los objetivos o fenómenos a

estudiar. Cabe decir que según Hurtado (2001) “Las técnicas de recolección de datos comprenden procedimientos y actividades que le permitan al investigador observar y recoger datos mediante su propia indagación” (p. 155). Para la recolección se utilizaron los siguientes instrumentos:

El cuestionario

Para realizar la investigación se recolectó la información a través de un cuestionario tipo encuesta, dirigido a los trabajadores de las sucursales que conformaron la muestra de la investigación, según los estratos, los cuales permitieron medir la variable de estudio, la cual era la Responsabilidad Social Empresarial. Con el cuestionario se obtuvo la información necesaria para poder llegar a las conclusiones que se dieron a lo largo del proceso de investigación.

En este sentido, el instrumento estuvo conformado por 60 planteamientos, con respuestas cerradas cuyas opciones eran (Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Neutral (afirmación), De acuerdo, Totalmente de acuerdo), los cuales reflejaron el nivel de conocimiento de los trabajadores encuestados en cada una de las interrogantes. El instrumento estaba dividido en (2) dimensiones como eran la interna y la externa, que se derivaron de las cinco (5) áreas en estudio, como son: Apoyo a los Trabajadores, Ambiente de Trabajo y Empleo, Protección del Medio Ambiente, Marketing Responsable, Valores y Principios Éticos, con la finalidad de dar sustento en el marco teórico metodológico de la presente investigación.

También en el cuestionario se utilizaron escalas de medición cualitativas en los planteamientos efectuados, siendo cualitativas a los efectos de la tabulación de los resultados de manera descendente (5, 4, 3, 2, 1) lo cual indicó la ponderación asignada a cada una de las opciones que se presentan correspondiendo esta puntuación al número que acompaña la opción. Se utilizó esta escala ya que con las

respuestas aportadas por la muestra encuestada era más fácil la tabulación de los resultados, haciendo de la interpretación de éstos un elemento de eficaz comprensión. (Ver anexo A)

Técnicas de Recolección de Datos

Resumen Analítico y Análisis Crítico

La importancia y el enfoque de la presente investigación hicieron imperante el uso de esta técnica como medio para precisar los elementos claves del tema desde un enfoque socio administrativo. Se presentó la investigación como una apreciación definitiva de diferentes textos analizados a través de la observación documental y la presentación resumida del texto, no usando para el análisis criterios exteriores, sino más bien centrada en la valuación del desarrollo de las ideas del autor de una manera lógica y coherente.

Esta técnica que se empleó para abordar los objetivos específicos planteados en esta investigación se categorizaron de acuerdo con la estructura de cada objetivo.

Para el cumplimiento del primer objetivo, se realizó una investigación documental para describir los programas de responsabilidad social de los distintos autores según el tema relacionado.

Luego se implementó la aplicación de un cuestionario, precisado por Hurtado y Toro (1997) como “en formular preguntas directas a una muestra representativa de sujetos a partir de un cuestionario, con el fin de describir y/o relacionar características personales en ciertos ámbitos de información necesarios para responder al problema a investigar” (p. 253).

Es necesario señalar, que el diseño del cuestionario fue realizado con preguntas abiertas con cinco posibilidades de respuesta (Totalmente en desacuerdo, En desacuerdo, Neutral (afirmación), De acuerdo, Totalmente de acuerdo), para determinar los impacto de las áreas de la RSE en los programas de Responsabilidad Social de las empresas en estudio (Ver anexo A). Estos cuestionarios fueron aplicados a la muestra en estudio. Con este instrumento se obtuvieron los datos que respondieron al segundo objetivo.

Para el tercer objetivo, se elaboró una matriz de dos entradas clasificando los indicadores de cada área en fortalezas y debilidades.

Encuesta

Definida por Sierra (2000), como "un procedimiento de hacer estudios estadísticos es la elaboración de cuestionarios para encuestar una población o una muestra representativa" (p.106); es otra de las técnicas utilizadas en el desarrollo de la presente investigación. Permitió el contacto directo con los involucrados en el proceso e igualmente se pudo conocer de manera más efectiva la información que se reuniere.

Validación por Juicio de Expertos

La validación del contenido del instrumento que fue usado para recolectar la información y así poder evaluar la gestión que en materia de responsabilidad social empresarial tiene la empresa PROTINAL Y PROAGRO, C.A., fue revisado por un Licenciada especialista en Gerencia, por un Licenciado especialista en administración de recursos humanos y relaciones de trabajo y un Doctor en Ciencias

Gerenciales con experiencia en el área, los cuales aportaron opiniones que permitieron saber que los ítems plasmados en el cuestionario, estaban debidamente estructurados y redactados, además de validar su pertinencia y coherencia.

Confiabilidad

Hay diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento, la cual se conoce al producir el coeficiente de confiabilidad, cuyos valores oscilan entre cero (0) y uno (1), es decir de confiabilidad nula a confiabilidad total.

La escogencia de la fórmula adecuada depende del tipo de investigación, la cantidad de ítems, el tiempo en que se desarrolle el estudio. Así cuando se trata de una población de gran tamaño se prefiere las técnicas de replicación de pruebas, como la medida de estabilidad y el método de formas alternativas o paralelas.

A fin de comprobar que los resultados obtenidos brindan una información confiable, se procedió a calcular el coeficiente de confiabilidad; es decir, el Alpha de Crombach; de este modo se obtuvo para el cuestionario del personal del personal administrativo y obrero un 0.7501 de confiabilidad lo que significó que el dato obtenido para el instrumento es confiable. (Ver Anexo B).

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS

En este capítulo se presentan los resultados de la investigación donde se analizó cada una de las respuestas emitidas por la muestra objeto de estudio; empleados administrativos y obreros adscritos a la sede central de la empresa Agroindustrial (Protinal – Proagro, C.A) del Estado Carabobo, a través de los instrumentos utilizados y de acuerdo a los fundamentos teórico del estudio.

En cuanto a la interpretación de los resultados, según Velasco (2008) “La misma consiste en inferir conclusiones sobre los datos codificados, lo que permite resumir y sintetizar los logros obtenidos con la finalidad de dar mayor claridad a las respuestas y conclusiones en relación a las dudas, inquietudes o interrogantes planteadas en la investigación”.

Para empezar y darle repuesta a al primer objetivo se identificó los programas de RSE que actualmente están desarrollando la organización, se basa en las actividades que la organización las están ejecutando desde hace 30 años el cual se han ido modificando con el tiempo siendo su principal objetivo ofrecer mejoras la vida de los venezolanos, el cual se identifica como Programas Social, sin embargo es desde hace (5) años el mismo se denomina Programas de Responsabilidad Social Empresarial.

El foco principal del programa, según lo establecido por la Organización en estudio, es el de desarrollar y proporcionar mecanismos para el mejoramiento continuo de la calidad de vida del trabajador y su entorno familiar, mediante la generación de programas dirigidos a la integración, motivación y satisfacción del trabajador promoviendo bienestar en las áreas culturales, deportivas, recreativas, sociales, educacionales entre otras, alineados a los objetivos y al desarrollo de la

cultura organizacional, posicionando a la organización como una empresa responsable socialmente que genera empleo, progreso y desarrollo al país.

El programa está dirigido a diversos entornos principalmente al trabajador, posteriormente a la familia sin dejar a un lado la comunidad pero con menores actividades orientadas a los mismos. El Programa de Responsabilidad Social que actualmente tiene la empresa Agroindustrial (Protinal-Proagro) ejecuta (9) programas RSE en (14) estados que están enfocados en vivienda, nutrición, salud, deporte, recreación educación y esparcimiento, beneficiando directa e indirectamente a más 73.000 venezolanos.

También parte de los programas de RSE de la organización, en el mismo se puede evidenciar que cada una de las dimensiones o áreas las cuales comprende el apoyo a los Trabajadores, condiciones de medio ambiente laboral, protección del medio ambiente, marketing responsable y valores y principios éticos, las mismas hacen referencia a las actividades mencionada tienen relación directa con el programa sin embargo es más amplio por su confiabilidad de la información se realizó el mismo tomando en cuenta como base la información obtenida en la encuesta (Ver Anexo A) suministrada a la muestra de dicha investigación en estudio.

Por otro lado, la organización hasta la fecha no ha realizado investigaciones previas que le permitan determinar y medir el impacto de su programa de RSE en los trabajadores, si el mismo contribuye o no con la calidad de vida laboral, el feedback lo reciben en cada actividad de forma verbal donde exploran la opinión de los trabajadores que participan en las diversas actividades, lo cual se aplicó una encuesta que permitió a la organización contar con un registro para los ajustes respectivos a realizar en el programa.

Igualmente de la misma manera para dar respuesta al segundo objetivo se aplicó el Instrumento de Medición tipo escala Lickert aplicado a (30) trabajadores,

Cuadro N° 3
Área de Apoyo a los Trabajadores

N°	ÁREA	INDICADORES ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA POR LA PUNTUACION					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)	TD (%)		
1	Apoyo a los Trabajadores	Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores	4	11	6	1	8	20	44	18	2	8	13%	29%	12%	1%	5%	92	61%
2		La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.	4	13	5	3	5	20	52	15	6	5	13%	35%	10%	4%	3%	98	65%
3		Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos	21	7	1	0	1	105	28	3	0	1	70%	19%	2%	0%	1%	137	91%
4		Se promueve la integración de personas con "capacidades diferentes" en la empresa	7	13	6	2	2	35	52	18	4	2	23%	35%	12%	3%	1%	111	74%
5		La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario	8	10	8	2	2	40	40	24	4	2	27%	27%	16%	3%	1%	110	73%
6		Se evalúan los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad	5	9	10	2	4	25	36	30	4	4	17%	24%	20%	3%	3%	99	66%
7		Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias	5	13	6	2	4	25	52	18	4	4	17%	35%	12%	3%	3%	103	69%
8		Se posee un programa de voluntariado corporativo	6	8	11	1	4	30	32	33	2	4	20%	21%	22%	1%	3%	101	67%
9		La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario	2	17	5	2	4	10	68	15	4	4	7%	45%	10%	3%	3%	101	67%
10		La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya	8	11	4	3	4	40	44	12	6	4	27%	29%	8%	4%	3%	106	71%

Fuente: Aponte y González (2015), Instrumento de recolección de información aplicado a 30 trabajadores de la empresa en estudio.

Se observa que el 100% de la empresa representa la participación de los trabajadores (30 encuestados) en la empresa, sin embargo, se nota que el 91% se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos que representa la totalidad del ítems. Entonces bien, en el área de Apoyo a los Trabajadores el ítems N° 1 obtuvo el porcentaje más bajo de esa área, para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores un 13% está totalmente de acuerdo, un 29% de acuerdo con este ítems, un 12% es neutral, para 1 % considera que está en desacuerdo y finalmente un 5% está totalmente en desacuerdo. Siendo el ítem N° 4 el indicador más alto para esta área, y se ve reflejado por la empresa que respetan la participación de los jóvenes para los programas de pasantías.

Indicadores del Área Apoyo a los Trabajadores:

- **Política de Apoyo a la Comunidad**

Especialmente en empresas, la existencia de una política explícita de gobernabilidad empresarial es parte de la responsabilidad de las empresas asegurar la protección de los derechos de sus accionistas e inversionistas, así como garantizar la transparencia y mejores prácticas en las relaciones de directores, gerentes y propietarios, de la misma manera los resultados obtenidos arrojaron en este indicador la suma de los primeros 4 ítems para un total de 30 encuestados, el 63 % aproximadamente considera que está totalmente de acuerdo con este indicador ya que tienen una política de apoyo a la comunidad, sin embargo avocada no está debidamente documentada por lo que existen limitaciones para su cumplimiento, el 15 % es neutral para este indicador y finalmente un 18 % está en desacuerdo porque dicen que no cuenta con una política de apoyo a la comunidad, sin embargo no está documentada y desconocen del cumplimiento de la misma.

- **Asignación de Recursos**

La empresa cuenta con recursos económicos destinados para los diferentes programas de apoyo comunitario es por eso que los resultados de la evaluación de este indicador (ítems N° 5 y N° 6) para un total de 30 encuestados, el 53 % está totalmente de acuerdo con este indicador es decir, que cuenta con un programa de acción social formal y recursos asignados que le permiten llevar a cabo proyectos sociales en forma permanente, un 30 % es neutral mantiene alianzas con otras organizaciones a fin de maximizar su impacto social, aun cuando un 17 % está en desacuerdo ya que no realizan donaciones ni participan en proyectos sociales de modo ocasional.

- **Programas de Responsabilidad Social Empresarial**

La empresa con la debida planificación de sus directivos y gerentes realizan programa que beneficio social de manera comunitaria, contando con los debidos presupuestos anuales que la organización tiene destinado para dichos proyectos sociales, ya que estos son manejados por una serie de profesionales en base a un criterio de inversión dirigido a crear un valor para la comunidad. Como parte del seguimiento y evaluación de este indicador que no es más que la sumatoria de los (ítems N° 7 al N° 10) en sus proyectos de los programas de RSE con la participación de la comunidad arrojo como resultado para un total de 30 encuestados, el 58 % está totalmente de acuerdo con este indicador es decir, que implementa los programas de RSE de manera continuo y con mejoras para sus trabajadores evaluando los impactos de sus programas, un 22 % es neutral, aun cuando un 20 % está en desacuerdo ya que dicen que no están de acuerdo con los programas de RSE porque no cuentan con personal asignado para la implementación de los proyectos y desconoce de los beneficios.

Cuadro N° 4
Área de Condiciones de Medio ambiente Laboral

N°	Área	INDICADORES ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA POR LA PUNTUACION					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)	TD (%)		
11	Condiciones de Medio ambiente Laboral	La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales	15	12	3	0	0	75	48	9	0	0	50%	32%	6%	0%	0%	132	88%
12		La empresa capacita a sus trabajadores sobre riesgos y accidentes	14	8	7	1	0	70	32	21	2	0	47%	21%	14%	1%	0%	125	83%
13		Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales	12	14	2	2	0	60	56	6	4	0	40%	37%	4%	3%	0%	126	84%
14		La empresa emprende acciones para que los trabajadores participen en actividades de preservación del ambiente	8	12	6	1	3	40	48	18	2	3	27%	32%	12%	1%	2%	111	74%
15		Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y/o sus familiares	9	12	8	1	0	45	48	24	2	0	30%	32%	16%	1%	0%	119	79%
16		La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo	7	9	6	5	3	35	36	18	10	3	23%	24%	12%	7%	2%	102	68%
17		Existe una política de dar oportunidades a discapacitados	9	13	5	1	2	45	52	15	2	2	30%	35%	10%	1%	1%	116	77%
18		Existe una política de dar oportunidades a jóvenes	18	4	6	0	2	90	16	18	0	2	60%	11%	12%	0%	1%	126	84%
19		Existe una política de dar oportunidades a mujeres	11	10	8	0	1	55	40	24	0	1	37%	27%	16%	0%	1%	120	80%
20		Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	50%	27%	8%	1%	0%	129	86%
21		Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa	10	12	3	3	2	50	48	9	6	2	33%	32%	6%	4%	1%	115	77%
22		Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la empresa	9	14	2	2	1	45	56	6	4	1	30%	37%	4%	3%	1%	112	75%
23		La libertad de asociación o sindicalización es efectivamente ejercida por los empleados	4	11	5	3	7	20	44	15	6	7	13%	29%	10%	4%	5%	92	61%
24		La situación social del empleado es considerada al momento de su despido	10	6	7	4	3	50	24	21	8	3	33%	16%	14%	5%	2%	106	71%
25		Existe un plan de apoyo para el momento del retiro de los trabajadores	6	11	6	3	4	30	44	18	6	4	20%	29%	12%	4%	3%	102	68%
26		La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores	10	15	4	0	1	50	60	12	0	1	33%	40%	8%	0%	1%	123	82%
27		La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores	11	12	4	1	2	55	48	12	2	2	37%	32%	8%	1%	1%	119	79%
28		La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados	10	11	5	1	3	50	44	15	2	3	33%	29%	10%	1%	2%	114	76%

Fuente: Aponte y González (2015), Instrumento de recolección de información aplicado a 30 trabajadores de la empresa en estudio.

De acuerdo con los resultados obtenidos de cuadro N°4 arrojaron en el área de **Condiciones del Medio Ambiente Laboral**, las empresas socialmente responsables deben asegurar la igualdad de oportunidades y equidad entre sus colaboradores, evitando todo tipo de discriminación en sus procesos de reclutamiento, así como al interior de la compañía, ya sea por razones de sexo, raza, religión, edad, origen, deficiencia física, condiciones de salud, u otras formas de segregación. El respeto por la diversidad del recurso humano, evidenciado en el trato equitativo de los colaboradores existentes y los potenciales, asegura un ambiente de trabajo óptimo y extiende la atracción del talento al eliminar la posibilidad de descartar individuos que podrían ser de especial valor para la compañía (por razones discriminatorias). Como resultado de este análisis en esta área para un total de 30 encuestados que equivale al 100% de la muestra, el 88 % considera que la empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, siendo el porcentaje más elevado de esta área, de lo contrario el 61 % está representado por la libertad de asociación o sindicalización es eficientemente ejercida por los empleados, tomando en cuenta todo lo que se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud y seguridad laboral.

Indicadores del Área Condiciones del Medio Ambiente Laboral:

- **Accidente de trabajo y Enfermedades profesionales**

Los accidentes laborales y enfermedades profesionales son debido a la mala práctica del uso de los equipos en la organización, es así donde se genera un enfermedad profesional la cual es ocasionada en el lugar de trabajo por los distintos factores que la pudieron haber causado es por eso que se evalué este indicador en la aplicación de este instrumento aplicado a un total de 30 encuestado siendo en este el ítems N° 11 con el valor mas

alto para un 88% para este indicador, el 82% está totalmente de acuerdo con el indicador accidente de trabajo y enfermedades profesionales, un 17 % es neutral, aun cuando un 2 % está en desacuerdo con el indicador accidente de trabajo y enfermedades profesionales

- **Condiciones Ambientales**

Parte de la RSE la empresa debe desarrollar actividades de educación ambiental enfocadas en orden de prioridad a los colaboradores, sus familias, proveedores y clientes, la comunidad en la inmediata vecindad de la empresa, y sociedad en general. Si primero no se concientiza a las personas en relación a la importancia de la conservación del medio ambiente, todo esfuerzo y meta en este sentido será difícil de alcanzar. Obteniendo como resultados de este indicador para un total de 30 encuestados, el 77% está totalmente de acuerdo con este indicador condiciones ambientales, un 13 % es neutral, aun cuando un 10 % está en desacuerdo con el indicador condiciones ambientales.

- **Inversión en Prevención de Salud y Seguridad**

Asegurar la salud y seguridad de sus colaboradores dentro del ambiente laboral, es una de las responsabilidades elementales de toda compañía. Bajo esta premisa las empresas deben llevar a cabo actividades de entrenamiento regular sobre este tema, así como tomar todas las medidas preventivas correspondientes para evitar accidentes, o condiciones de trabajo que puedan perjudicar la salud de sus empleados. Asimismo, es importante la realización de estudios e investigaciones periódicas sobre el clima organizacional de la compañía con la finalidad de medir los niveles de satisfacción de sus colaboradores e identificar las áreas que requieren atención. En consecuencia el resultado para este indicador para un total de 30 encuestados, el 62% está totalmente de

acuerdo con el indicador inversión en prevención de salud y seguridad, un 23 % es neutral, aun cuando un 15 % está en desacuerdo con el indicador inversión en prevención de salud.

- **Participación de Fuerza de Trabajo por Género**

Los jóvenes, mujeres y discapacitados tienen derecho al trabajo, a ejercitar su ciudadanía y a disponer del tiempo suficiente para sus actividades académicas, deportivas y de esparcimiento. En este sentido el comportamiento empresarial responsable debe ser estricto en evitar el empleo directo o indirecto del trabajo por género en sus operaciones. Las compañías tienen el deber de respetar el derecho de los jóvenes, mujeres y discapacitados a ser protegidos de cualquier tipo de explotación según lo establece la legislación. En consecuencia los resultados de este indicador para un total de 30 encuestados, el 75 % está totalmente de acuerdo con el indicador participación de fuerza de trabajo por género, 19 % es neutral, aun cuando un 6 % está en desacuerdo con el indicador participación de fuerza de trabajo por género

- **Capacitación del Personal y desarrollo profesional**

La empresa socialmente responsables han demostrado tener una mayor habilidad para captar empleados de calidad precisamente por las mejores condiciones laborales que otorgan. Asimismo, los programas de entrenamiento regular, desarrollo gerencial y transferencia del conocimiento, entre otros, orientados a lograr la mejora continua del personal, son un elemento crítico para el éxito y sostenibilidad de los negocios. En consecuencia los resultados de este indicador para un total de 30 encuestados, el 78 % está totalmente de acuerdo con el indicador capacitación del personal y desarrollo profesional, un 12 % es

neutral, aun cuando un 10 % está en desacuerdo con el indicador capacitación del personal y desarrollo profesional.

- **Despedidos y Plan de Retiro**

En caso de cierre de plantas o reorganizaciones que impliquen despidos masivos y plan de retiro, las compañías deben proveer aviso en un tiempo razonable de tales cambios a los representantes de sus empleados, y cuando sea apropiado a las autoridades gubernamentales correspondientes. En estos casos las compañías deben cooperar con los representantes de los empleados a fin de mitigar al máximo los efectos adversos, a través de programas de retiro voluntario, e inclusión de criterios sociales y económicos como edad, estado civil, número de dependientes, u otros a fin de definir las prioridades en materia de reducciones de personal. Por consiguiente los resultado de este indicador para un total de 30 encuestados, el 52 % está totalmente de acuerdo con el indicador despedidos y plan de retiro, un 20 % es neutral, aun cuando un 28 % está en desacuerdo con el indicador despedidos y plan de retiro.

- **Percepción y Evaluación Interna**

Las empresas socialmente responsables favorecen la organización de sus empleados y buscan alinear sus intereses con los intereses de los trabajadores. Es derecho de los empleados el asociarse libremente. Las compañías deben instar a sus Gerentes para que periódicamente se reúnan con los representantes laborales a fin de escuchar sus sugerencias y negociar sus demandas. Los resultado de este indicador para un total de 30 encuestados, el 72% está totalmente de acuerdo con el indicador percepción y evaluación interna, un 16 % es neutral, aun cuando un 12 % está en desacuerdo con el indicador percepción y evaluación interna.

Cuadro N° 5
Área de Protección del Medio Ambiente

N°	Áreas	ÁREAS E INDICADORES	FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA POR LA PUNTUACION					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)	TD (%)		
29	Proteccion del Medio Ambiente	La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales	5	18	4	0	3	25	72	12	0	3	17%	48%	8%	0%	2%	112	75%
30		La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente	10	9	8	2	1	50	36	24	4	1	33%	24%	16%	3%	1%	115	77%
31		La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental	10	12	4	3	1	50	48	12	6	1	33%	32%	8%	4%	1%	117	78%
32		Se promueve el reciclado de insumos y otros productos	14	8	4	1	3	70	32	12	2	3	47%	21%	8%	1%	2%	119	79%
33		Se dispone de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes.	12	7	6	4	1	60	28	18	8	1	40%	19%	12%	5%	1%	115	77%
34		Se procura disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa	12	13	2	2	1	60	52	6	4	1	40%	35%	4%	3%	1%	123	82%
35		Se promueve la reducción en el consumo de energía y agua	6	13	9	0	2	30	52	27	0	2	20%	35%	18%	0%	1%	111	74%
36		Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades	12	12	3	2	1	60	48	9	4	1	40%	32%	6%	3%	1%	122	81%
37		Es política de la empresa atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión al medio ambiente	14	8	5	1	2	70	32	15	2	2	47%	21%	10%	1%	1%	121	81%

Fuente: Aponte y González (2015), Instrumento de recolección de información aplicado a 30 trabajadores de la empresa en estudio.

Indicadores del Área Protección del Medio Ambiente:

- **El Medio Ambiente como Compromiso Empresarial**

Este indicador proveer bienes y servicios que cumplan con los estándares de calidad, salud y seguridad, incluyendo información y advertencias sobre su uso es responsabilidad de las empresas. Asimismo, las compañías deben conducir investigaciones acerca de los riesgos potenciales por el uso de sus productos o servicios, difundir información a sus socios comerciales, adoptar medidas preventivas o correctivas y comprometerse a una respuesta integral en el evento de una crisis. Los resultados de este indicador para un total de 30 encuestados, el 71% está totalmente de acuerdo con el indicador el medio ambiente como compromiso empresarial, un 18 % es neutral, aun cuando un 11% está en desacuerdo con el indicador el medio ambiente como compromiso empresarial.

- **Se Desarrollan Prácticas de Cuidado de Medio Ambiente**

Como parte de la RSE, la empresa debe desarrollar actividades de educación ambiental enfocadas en orden de prioridad a sus familias, proveedores y clientes, la comunidad en la inmediata vecindad de la empresa, y sociedad en general. Si primero no se concientiza a las personas en relación a la importancia de la conservación del medio ambiente, todo esfuerzo y meta en este sentido será difícil de alcanzar. Los resultados de este indicador para un total de 30 encuestados, el 70% está totalmente de acuerdo con el indicador se desarrollan prácticas de cuidado de medio ambiente, un 19 % es neutral, aun cuando un 11 % está en desacuerdo con el indicador se desarrollan prácticas de cuidado de medio ambiente impacto medioambiente.

- **Impacto Medioambiente**

El compromiso con la causa ambiental debe involucrar a los accionistas, junta directiva, gerentes, supervisores y empleados en general, por lo que debe ser enfocado como un asunto que concierne a todos los departamentos de la empresa, estableciendo comités responsables para el planeamiento y puesta en práctica de programas ambientales. Los resultados de este indicador para un total de 30 encuestados, el 77% está totalmente de acuerdo con el indicador de impacto, un 13 % es neutral, aun cuando un 10 % está en desacuerdo con el indicador de impacto medioambiente.

Cuadro N° 6
Área de Marketing Responsable

ÁREAS E INDICADORES		FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS	
N°	Áreas	ITEMS	TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)			TD (%)
38	Marketing Responsable	La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes	12	13	4	0	1	60	52	12	0	1	40%	35%	8%	0%	1%	125	83%
39		Considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios	21	6	2	0	1	105	24	6	0	1	70%	16%	4%	0%	1%	136	91%
40		La empresa capacita en forma regular en "Atención al Cliente"	11	14	4	1	0	55	56	12	2	0	37%	37%	8%	1%	0%	125	83%
41		En la empresa existe un departamento de "Atención al Cliente" ó una persona responsable de la atención a los clientes	15	11	3	1	0	75	44	9	2	0	50%	29%	6%	1%	0%	130	87%
42		Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes	15	11	2	1	1	75	44	6	2	1	50%	29%	4%	1%	1%	128	85%
43		La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada	6	16	6	1	1	30	64	18	2	1	20%	43%	12%	1%	1%	115	77%
44		La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones	11	13	4	0	2	55	52	12	0	2	37%	35%	8%	0%	1%	121	81%
45		Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores	6	12	8	2	2	30	48	24	4	2	20%	32%	16%	3%	1%	108	72%
46		En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social	4	13	9	2	2	20	52	27	4	2	13%	35%	18%	3%	1%	105	70%
47		Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.)	7	17	3	2	1	35	68	9	4	1	23%	45%	6%	3%	1%	117	78%
48	Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece	17	10	2	0	1	85	40	6	0	1	57%	27%	4%	0%	1%	132	88%	

Fuente: Aponte y González (2015), Instrumento de recolección de información aplicado a 30 trabajadores de la empresa en estudio.

Los resultados obtenidos arrojaron en el área de **Marketing Responsable** que involucra un conjunto de decisiones de la empresa, relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad. El análisis para un total de 30 encuestados que equivale al 100% de la muestra, el 36 % considera que está totalmente de acuerdo con esta área, el 42 % está de acuerdo en el área de marketing responsable, el 15 % es neutral por lo contrario un 3 % está en desacuerdo y un 4 % está en totalmente desacuerdo en el área de marketing responsable.

Indicadores del Área Marketing Responsable

- **Consideración de la Opciones del Cliente**

Estimula la comunicación con los clientes, y se asegura de generar productos publicitarios que despejen todas las dudas acerca de sus productos y servicios. Comunica en forma clara el cuidado que se debe tener en el uso de los mismos, adicionalmente a lo anterior, educa y crea una cultura de respeto y aprecio por sus clientes y consumidores en general. En adición a lo anterior, actúa de manera proactiva obteniendo información directa de sus clientes referida a su nivel de satisfacción, la cual incorpora al proceso de toma de decisiones. El resultado de este indicador para un total de 30 encuestados, el 86 % está totalmente de acuerdo con el indicador consideración de la opciones del cliente, un 10 % es neutral, aun cuando un 4 % está en desacuerdo con el indicador consideración de la opciones del cliente.

- **Procesos de Reclamación**

La empresa enfoca sus estrategias de mercadeo en objetivos exclusivamente comerciales y enfatiza los resultados económicos de corto plazo. La compañía no toma en cuenta valores éticos ni morales, las evaluaciones son eventuales y los procesos de reclamo no se toman en cuenta. El resultado de la evaluación de este indicador para un total de 30 encuestados, el 77 % está totalmente de acuerdo con el indicador procesos de reclamación, sin embargo un 17 % es neutral, aunque cuando un 7% está en desacuerdo con el indicador procesos de reclamación.

- **Relaciones en las Cadena de Proveedores**

La responsabilidad de las compañías se extiende hasta estimular a sus proveedores y socios a que adopten acciones en cada una de las áreas de responsabilidad social para tal fin se hace necesario que las empresas incluyan dentro del criterio de selección de proveedores, socios y sub-contratistas aspectos referidos al desempeño de éstos en las dimensiones social y ambiental y no únicamente en el área comercial y económica. El resultado de este indicador para un total de 30 encuestados, el 58 % está totalmente de acuerdo con el indicador relaciones en las cadena de proveedores, un 28% es neutral, aun cuando un 13 % está en desacuerdo con el indicador relaciones en las cadena de proveedores.

- **Marketing y Comunicación**

El resultado de este indicador para un total de 30 encuestados, el 85% está totalmente de acuerdo con el indicador marketing y comunicación, un 28% es neutral, aun cuando un 7 % está en desacuerdo con el indicador marketing y comunicación.

Cuadro N° 7
Área de Valores y Principio Éticos

N°	Áreas	ÁREAS E INDICADORES	FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)	TD (%)		
49	Valores y Principio Éticos	La empresa tiene explícita su Misión y Visión	14	12	3	0	1	70	48	9	0	1	47%	32%	6%	0%	1%	128	85%
50		En la Misión y Visión se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresaria	9	14	4	2	1	45	56	12	4	1	30%	37%	8%	3%	1%	118	79%
51		En la redacción de la Misión y Visión se hacen consultas externas a la empresa (Proveedores, clientes, comunidad, etc.)	8	13	4	2	3	40	52	12	4	3	27%	35%	8%	3%	2%	111	74%
52		La empresa dispone de Códigos de Ética ó Conducta formales	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	50%	27%	8%	1%	0%	129	86%
53		En las distintas instancias del reclutamiento de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	50%	27%	8%	1%	0%	129	86%
54		Se aplican los principios éticos en las relaciones internas de la empresa (directivos, asesores externos, personal, etc.)	17	10	2	1	0	85	40	6	2	0	57%	27%	4%	1%	0%	133	89%
55		Se aplican los principios éticos en las relaciones externas de la empresa (proveedores, consumidores, gobierno, publicidad, etc.)	13	12	4	0	1	65	48	12	0	1	43%	32%	8%	0%	1%	126	84%
56		La empresa rechazaría contratos por considerar que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos	7	17	3	2	1	35	68	9	4	1	23%	45%	6%	3%	1%	117	78%
57		Se poseen normas que explícitamente prohíben prácticas discriminatorias en la empresa ya sea por raza, sexo, religión, etc.	16	7	4	2	1	80	28	12	4	1	53%	19%	8%	3%	1%	125	83%
58		La empresa promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/ empresariado/ sociedad	10	15	4	1	0	50	60	12	2	0	33%	40%	8%	1%	0%	124	83%
59		La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente	12	13	4	1	0	60	52	12	2	0	40%	35%	8%	1%	0%	126	84%
60		En la Memoria, se hace mención a actividades de Responsabilidad Social de la empresa (apoyo comunitario, protección medio ambiente, etc.)	15	8	4	2	1	75	32	12	4	1	50%	21%	8%	3%	1%	124	83%

Fuente: Aponte y González (2015), Instrumento de recolección de información aplicado a 30 trabajadores de la empresa en estudio.

Los resultados obtenidos evidenciaron en el área de **Valores y Principio Éticos** que la empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales. Esto se conoce como “enfoque de los negocios basados en los valores” y se refleja en general en la Misión y Visión de la empresa, así como en sus Códigos de Ética y de Conducta. El resultado para un total de 30 encuestados que equivale al 100% de la muestra, el 42 % considera que está totalmente de acuerdo con esta área de valores y principio éticos, el 39 % está de acuerdo en el área, el 12 % es neutral por lo contrario un 4 % está en desacuerdo y un 3 % está en totalmente desacuerdo con esta área de valores y principio éticos.

Indicadores del Área Valores y Principio Éticos:

- **Misión y Visión**

Los principios y valores de una compañía son el soporte base para el cumplimiento de su visión y misión, éstos guían su accionar y hacen explícita la posición ética y social de la empresa con todos aquellos con quienes mantiene relaciones. La comunicación y más importante aún la asimilación de estos principios y valores como un código de conducta vivo que guíe el actuar diario de todos los colaboradores de una empresa, resultan de relevancia crítica. El resultado de este indicador para un total de 30 encuestados, el 78 % está totalmente de acuerdo con el indicador de misión es decir, la misión y visión, un 12 % es neutral, aun cuando un 10 % está en desacuerdo con el indicador de misión y visión.

- **Conocimientos de Normativas y Recomendaciones**

Tiene un código ético formal, ampliamente difundido y asimilado por sus empleados y colaboradores. Pone en práctica procedimientos de control y auditorías regulares con la finalidad de supervisar y garantizar su cumplimiento adicionalmente a lo anterior transmite sus principios éticos y valores a sus proveedores, clientes y socios, el resultados de este indicador para un total de 30 encuestados, el 85% está totalmente de acuerdo con el indicador conocimientos de normativas y recomendaciones, un 12 % es neutral, aun cuando un 3 % está en desacuerdo con el indicador conocimientos de normativas y recomendaciones.

- **Procedimientos**

Evitar situaciones que involucren trato preferencial por agentes del Gobierno o agentes privados como consecuencia de sobornos u otro tipo de prácticas de corrupción, e incorporar procedimientos específicos de control para tal efecto es parte de la conducta responsable de las empresas. y contar con mecanismos internos de auditorías, supervisión y control dirigidos a eliminar los incentivos a cometer actos de corrupciónLas compañías deben mantener informados a todos sus empleados, clientes, proveedores y socios respecto de las sanciones legales que implica la transgresión de la ley en este ámbito.El resultado de este indicador para un total de 30 encuestados, el 78 % está totalmente de acuerdo con el indicador de procedimientos, por lo tanto un 12 % es neutral, aun cuando un 10 % está en desacuerdo con el indicador de procedimientos.

- **Cumplimiento de Legislación Vigente**

Es importante que las compañías contribuyan a las finanzas públicas de los países donde operan a través del cumplimiento de sus obligaciones tributarias. Asimismo, el respeto por la soberanía del país y la propiedad de tierras pertenecientes a comunidades nativas debe ser parte

de los objetivos de responsabilidad social de toda compañía. Como resultado de la aplicación de la encuesta de este indicador para un total de 30 encuestados, y contar con mecanismos internos de auditorías, supervisión y control dirigidos a eliminar los incentivos a cometer actos de corrupción, el 81 % está totalmente de acuerdo con el indicador de cumplimiento de legislación vigente, por lo tanto un 12 % es neutral, aun cuando un 6 % está en desacuerdo con el indicador de cumplimiento de legislación vigente.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Luego de haber culminado el análisis de los resultados obtenidos mediante la aplicación del instrumento utilizado, se llegó a las siguientes conclusiones:

En cuanto al primer objetivo enfocado en *Analizar los programas de Responsabilidad Social Empresarial que actualmente se están desarrollando en la organización*, en lo que respecta a la dimensión interna la perspectiva de sus trabajadores y considerada como un ciudadano socialmente responsable, debido a que cumple a cabalidad con las disposiciones de las legislaciones vigentes y posee programas de carácter voluntario; aun cuando los trabajadores encuestados no conocen bien las definiciones ni los beneficios que aporta la Responsabilidad Social Empresarial, saben detectar cuales son los aspectos más importantes que deben resaltar en la empresa para ser considerada una persona corporativa responsable.

Con respecto al segundo objetivo, relacionado con *Identificar las áreas de impacto de las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa*, se obtuvo que existen prácticas de RSE en función a lo respetan los derechos humanos laborales, a sabiendas de que estos derechos son elementales para el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores, como de todos los demás grupos de interés; ratificado al evidenciarse situaciones, como por ejemplo: se preocupan por la seguridad y salud de los trabajadores, se disponen de una partida para el crecimiento personal, entre otros aspectos; por lo que se puede inferir que en éstas prevalecen prácticas tradicionales por desconocimiento o convicción de que lo que hacen está bien. Al mismo tiempo, las prácticas están orientadas a la productividad máxima sin pensar en la responsabilidad que

tienen con el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores y la sociedad en las que están insertas, enfocándose en lo económico y olvidan lo social.

A demás se puede evidenciar que todos los trabajadores están conformes con las políticas de la empresa acerca de la participación en los beneficios, ya que se les otorga el máximo estipulado en la legislación vigente en lo que concierne al tema. Perciben como socialmente responsable esta actuación de la empresa. La empresa no cuenta con políticas para evitar la discriminación, y tampoco cuenta con canales para poder denunciar dichas situaciones, lo que es percibido como una situación de gran importancia a resaltar, porque uno de los aspectos importantes de la RSE, es la de evitar la discriminación.

La empresa otorga ayudas a sociedades sin fines de lucro cuando estas se acercan a la empresa solicitando algún tipo de donación o colaboración. Situación importante ya que fomenta la consolidación de estos organismos en pro de sus fines, ayudando a la imagen corporativa de la empresa.

La empresa cuenta con programas de ayuda a las comunidades aledañas, como mejoramientos de viviendas o mejoramiento de vialidades cercanas; las cuales la mayoría de los encuestados ven con buenos ojos. También perciben que aun cuando la empresa no se ha certificado con la norma internacional ISO 14001, relativa a la preservación del ambiente, la empresa tiene conciencia de los resultados de sus actuaciones para con el medioambiente. También se percibe de los trabajadores que saben u observan que la empresa se preocupa por su impacto en el ecosistema que la rodea, realizando con frecuencia estudios de impacto ambiental.

La empresa cuenta con canales de recepción de quejas y reclamos de sus clientes, los cuales con una frecuencia alta revisa y trata de darle solución, pero no cuenta con programas de educación de sus consumidores sobre los riesgos y efectos

secundarios de los productos que comercializa, lo que se consideró, como una debilidad, ya que la educación es factor clave en el sostenimiento del medioambiente.

Los trabajadores encuestados, en su mayoría piensan que la empresa no publica las actividades sociales que realiza, lo cual según la información recolectada, es de gran importancia dar a conocer a los programas de RSE ya que eso trae consigo beneficios para la organización como el mejoramiento de la imagen corporativa de la empresa.

Por último, el tercer objetivo referido a *Determinar los lineamientos generales que posee la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial*, se encontraron que para la OIT los derechos humanos laborales elementales son la Libertad Sindical, la Convención Colectiva, la Erradicación de la Discriminación y del Trabajo Forzoso, la Abolición del Trabajo Infantil, Condiciones laborales Justas, Principios y Valores Éticos, y, Actividades para la Preservación del Medio Ambiente; desde las recomendaciones, convenios y declaraciones que la OIT ha realizado, así como diversos autores y organizaciones que han aportado información importante para desarrollar estos derechos desde la RSE; ratificado en Venezuela con una legislación que promueve el respeto por estos derechos. Por lo que todos estos documentos y leyes se consideran como fundamentales para la descripción de los derechos humanos laborales. La empresa no cuenta con un código de ética establecido, pero si cuenta con un documento que enuncia los valores centrales de la organización, pero este no es difundido a todos los trabajadores, llevando consigo una debilidad, ya que los empleados y obreros al desconocer los valores de la empresa, se le dificulta internalizarlos, y por ende ponerlos en práctica. La mayoría de los trabajadores perciben que la empresa se relaciona con los delegados del sindicato, para así mantener buenas relaciones laborales y mejores beneficios.

Recomendaciones

De acuerdo a las teorías planteadas, la implementación de programas e iniciativas enmarcadas en Responsabilidad Social Empresarial suponen beneficios para las empresas, que pueden ser traducidos en ventajas competitivas para éstas. Sin embargo de acuerdo a las conclusiones de este estudio, se observa que los trabajadores encuestados de la empresa Agroindustrial (Protional, C.A) resaltar que va más allá de cumplir con algunas de las normativas y leyes existentes en la materia, en primer lugar, se debe cumplir con todas las normativas y en segundo lugar es entender que están contribuyendo con el mejoramiento de la calidad de vida de muchos seres humanos, ya que no es solo sus trabajadores, son sus familias y todos los de la comunidad que los rodean.

Ya no deben solo pensar en la grande empresa que se hizo para producir algunas fuentes de empleo y generar un beneficio económico para los dueños, es pensar en la empresa que aunque su capacidad sea mayor, igual tienen un compromiso social con los grupos de interés, que va más allá de una norma sino que con sus prácticas de RSE desde el respeto por los derechos humanos laborales está construyendo la paz que el mundo necesita.

Es así como se recomiendan las siguientes acciones como inmediatas, para poder comenzar a encaminarse dentro de las prácticas de RSE:

- ✓ Revisión de la toda la legislación Venezolana, algunas de ellas la CRBV, LOT, LOPCYMAT, Ley para personas con discapacidad, de donde puedan

obtener información sobre las obligaciones que el Estado les ha conferido y deben cumplir.

- ✓ Organizar o coordinar con los dirigentes del sindicato foros, cursos, charlas, seminarios que se refieran al tema de la Responsabilidad Social Empresarial, o colocar información en las carteleras informativas, documentos relacionados con el tema.

- ✓ Determinar los beneficios adicionales que deseen ofrecer en función de la mayor necesidad observada en los trabajadores.

- ✓ Informar o publicar sobre las acciones sociales que realiza, mediante la divulgación en carteleras, intranet (correo corporativo) por medios de comunicación social, de manera que esto repercuta en la imagen que puedan considerar los trabajadores y por ende el público en general. Adicionalmente, se recomienda, impartir cursos o charlas, así como publicar información relacionada al tema de la RSE, para que sus trabajadores se familiaricen más con el mismo.

- ✓ Seguir reforzando los diálogos con los representantes sindicales, a fin de continuar disfrutando de relaciones laborales estables, además de seguir otorgándole a sus trabajadores los mejores beneficios posibles, de manera de contar con un personal motivado en la consecución de sus tareas.

- ✓ Evaluar y reforzar los programas de bonificación para los empleados, ya que aun cuando existen, los trabajadores no sienten que llegan a todos por los niveles, sienten que llegan a más que todo a los niveles gerencias medios y bajos, y en porcentaje muy mínimo a los niveles bajos de la organización.

- ✓ Implementar políticas para evitar cualquier tipo de discriminación, de manera que se le pueda brindar oportunidades a toda persona que tenga la capacidad de ocupar algún cargo. Asimismo, se recomienda, implementar canales para poder realizar denuncias por discriminación o sobornos que los trabajadores de la empresa puedan hacerle a empleados públicos. De esta manera se cumple con una labor social y el reforzamiento de los valores corporativos de la organización, como son la misión y visión.
- ✓ Definir los valores de la empresa, para luego discutirlos y promoverlos entre todos los trabajadores.
- ✓ Aplicar el cuestionario utilizado en este estudio al resto de las sucursales de la empresa a nivel nacional, para realizar comparaciones y determinar aquellos puntos similares o diferentes en las percepciones de los trabajadores, que puedan influir en la imagen que perciben éstos de la empresa, y así poder tomar las acciones pertinentes.
- ✓ Incentivar la participación de los trabajadores, no solo de manera consultiva, sino mediante la aplicación de políticas internas que permitan a los trabajadores y representantes sindicales realizar propuestas de responsabilidad social, así como la evaluación de las mismas.
- ✓ Realizar estudios de satisfacción al cliente para poder evaluar los niveles alcanzados por ellos, en lo que respecta a los productos que comercializa.
- ✓ Desarrollar un plan de mejoramiento personal para los trabajadores, para que sean cada día mejores seres humanos.

LISTA DE REFERENCIAS

- Alvarado, W (2007). **Evaluación de la Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa PRECA, S.A. y de sus sucursalesubicadas en el Estado Lara.** Universidad Centro Occidental “Lisandro Alvarado”. Lara.
- Amor, E (1998). Revisión del concepto de empresario: una exploración de las aportaciones de Keynes y Schumpeter.**Revista de Dirección, Organización y Administración de Empresas, ISSN 1132-175X, (20), 16-23.**
- Arias, F (2006). El Proyecto de Investigación. **Introducción a la Metodología Científica.** Quinta Edición. Editorial Episteme. Venezuela.
- Bourdieu, P. (1985). **Las Formas del Capital.** En Ramírez, J. (2005). **Tres Visiones Sobre Capital Social: Bourdieu, Coleman y Putnam.** Disponible: <http://148.202.18.15>.
- Castillo, E (2012). **Diseño de un Instrumento de Evaluación de Responsabilidad Empresarial adaptada a los Laboratorios de Bioanálisis en Venezuela.** Trabajo de grado para optar al título de Magister mención Finanzas. Universidad de Carabobo. Bárbula
- Caravedo, B. (1996). **Empresa, Liderazgo y Sociedad.** Editores Perú 2021. Lima.
- Cejas, M y Chirinos, N (2014). **La Gestión de Recursos Humanos.** Un Enfoque Estratégico. Editado por la Dirección de Medios y Publicaciones de la Universidad de Carabobo.

- Chiavenato, Idalberto. (2011). **Administración de Recursos Humanos**. Mc Graw hill.
- Coase, R (1937). **La Naturaleza de la Empresa**. En Oliver Williamson y Sydney Winter: La Naturaleza de la Empresa. Orígenes, evolución y desarrollo. México, Fondo de Cultura Económica, 1996, (pp. 29-48).
- Coleman, J. (1990). **Fundamentos de la Teoría Social**. En Ramírez, J. (2005). **Tres Visiones Sobre Capital Social: Bourdieu, Coleman y Putnam**. Disponible: <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/pperiod/republicana/pdf/ActaRep04/articulos21.pdf> Consulta: 2012, abril 5.
- Comisión de las Comunidades Europeas. (2003). **Recomendación de la Comisión de 6 de mayo de 2003 sobre la definición de Microempresas, Pequeñas y Medianas Empresas**. Disponible: <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:es:PDF> Consulta: 2012, enero 20.
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 38.860**, Diciembre 30, 1999. Venezuela.
- Cuevas, H (2007). **La empresa y los empresarios en la teoría económica**. Disponible: <http://ideas.repec.org/p/col/000139/002996.html> Consulta: 2012, mayo 21.
- Delgado de Smith, Yamile, Colombo Leyda y Rosmel Orfila (2002). **Conduciendo la Investigación**. Editorial Comala. Caracas

- Delgado, Colombo y Orfila (2003)“**Conduciendo la Investigación**”. 2da edición. EditorialComala. Venezuela
- Delgado de Smith, (2013) “**La Investigación Social en Programa**”.2da edición.Editorial departamento de producción. Venezuela
- Dirección General de Industria y de la PYME. (2012). Retrato de las Pymes 2012. Disponible:http://www.ipyme.org/Publicaciones/Retrato_PYME_2012.pdf Consulta: 2012, junio 9.
- Esteves, J. (2001). **Diccionario razonado de Economía**. Editorial Panapo. Caracas, Venezuela.
- Fideas, A. (2006). El Proyecto de Investigación: **Introducción a la Metodología**.
- Gadea, M. (2003). **Factores que Intervienen en el Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa, y su Impacto en la Economía Venezolana: 1998-2003**. Universidad Católica Andrés Bello. Trabajo de Grado en Línea. Disponible: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAQ1735.pdf>. Consultado: 2012, mayo 12.
- Galuppo, Rodrigo. (2007). **La Responsabilidad Social Empresarial y sus efectos sobre la Identidad Corporativa de las Empresas de Telecomunicaciones**. Trabajo especial de grado. Universidad del Zulia. Zulia
- González, E. (2001). **La Responsabilidad Moral de la Empresa. Una Revisión de la Teoría de Stakeholders desde la Ética Discursiva**. Universidad Jaume I de Castellón. Disponible:

<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10449/gonzalez.pdf?sequence=1>.

Consultado: 2012, julio 24.

- Guédez, V (2004). **Aprender a emprender: de la gerencia del conocimiento a la ética de la sabiduría**. Planeta, Venezuela.
- Guédez, V. (2006). **Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial: el aporte de la empresa al capital social**. Planeta, Venezuela.
- Graterol, A. y Rondón, M. (2011). Políticas e instituciones de apoyo a las pymes en Venezuela. En: Ferraro, Carlo. (Comp). **Apoyando a las Pymes: Políticas de Fomento en América Latina y el Caribe**. Disponible: <http://www.eclac.cl/publicaciones/xml/0/45410/LCR.2180.pdf> Consultado: 2012, junio 23.
- Hanifan, L (1920). **El Centro Comunitario**. En Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. Disponible: <http://vefsetur.hi.is/phdsoced/sites/files/phdsoced/webform/literature/SocCapital%20%26%20Eco%20Dev.%20M.Woolcock.pdf>. Consulta: 2011, noviembre 12.
- Hernández, R (2005). **Las prácticas de responsabilidad social de las empresas manufactureras del estado Carabobo y su contribución al mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores. Caso: ensambladores de vehículos**. Trabajo de grado no publicado. Universidad de Carabobo. Carabobo.
- Hipólito, E Y Palacios, J (2006). **La gerencia pública y la responsabilidad social**. Trabajo de grado presentado para optar al título de Especialista. UNEFA. Caracas.

- Jacobs, J. (1961). **La Vida y La Muerte de las Grandes Ciudades Americanas**. En Rangél, S. y Saiz, J. (2008). **Capital Social: Una Revisión del Concepto**. Disponible: http://www.usta.edu.co/otras_pag/revistas/r_cife/cife13/RC13_13.pdf. Consulta: 2012, abril 5.
- Ley del Deporte. (1995). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 4.937 (Extraordinaria)**, Julio 14, 1995.Venezuela.
- Ley de los Servicios Sociales. (2005). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 38.270**, Septiembre 12, 2005.Venezuela
- Ley del Régimen Prestacional del Empleo. (2002). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 38.281**, Septiembre 27, 2005.Venezuela
- Ley del Régimen Prestacional de Vivienda y Hábitat. (2008). **Decreto N° 6.072, con Rango, Valor y Fuerza de Ley. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5.889**, Julio 31, 2008. Venezuela.
- Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social. (2002). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 37.600**, Diciembre 30, 2002.Venezuela
- Ley Orgánica de Protección al Niño y al Adolescente. (2007). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5.859 (Extraordinaria)**, Diciembre 10, 2007.Venezuela.
- Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2005). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 38.242**, Agosto 03, 2.005.Venezuela.

- Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación. (2005). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 38.242**, Agosto 03, 2.005. Venezuela.
- Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria. (2001). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5552 del 12 de Noviembre de 2001**. Disponible: http://www.derechos.org/ve/pw/wp-content/uploads/ley_pymi.pdf. Consulta: 2012, enero 14.
- Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria y Unidades de Propiedad Social. (2008). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6215 del 15 de Julio de 2008** Disponible: <http://static.eluniversal.com/2008/08/04/leyh12.pdf> Consulta: 2012, enero 14.
- Marrero, A. (s/f). **La Teoría del Capital Social. Una Crítica en Perspectiva Latinoamericana**. Disponible: http://www.nucleodeciudadania.org/nucleo/extra/2007_11_06_11_54_43_arxiu_capital_social.pdf Consulta: 2012, enero 14.
- Millán, R y Gordon, S (2004). Capital Social: Una Lectura de Tres Perspectivas Básicas. **Mexicana de Sociología**. Revista, (4), 711-747. Disponible: <http://www.ejournal.unam.mx/rms/2004-4/RMS04404.pdf>. Consulta: 2012, mayo 10.
- Molina, M (2011). **Ética empresarial y responsabilidad social en pequeñas y medianas empresas**. Tesis Doctoral (Doct. en Ciencias Gerenciales). Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín, Decanato de Investigación y Postgrado, Doctorado en Ciencias Gerenciales, Maracaibo
- MORALES A. (2002). **Reorganización industrial y estrategias empresariales**.

- Ramírez, J (2005). **Tres Visiones Sobre Capital Social: Bourdieu, Coleman y Putnam.** Disponible: <http://148.202.18.157/sitios/publicacionesite/pperiod/republicana/pdf/ActaRep04/articulos21.pdf>. Consulta: 2012, abril 5.
- Rangél, S. y Saiz, J. (2008). **Capital Social: Una Revisión del Concepto.** Disponible: http://www.usta.edu.co/otras_pag/revistas/r_cife/cife13/RC13_13.pdf. Consulta: 2012, abril 5.
- Sabino, C. (1992). **El proceso de la investigación.** Edición Panamericana. Caracas. Venezuela.
- Vargas, F (2002). Hacia una Teoría de Capital Social. **Economía Institucional.** [Revista], 4, 71-108. Disponible: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0124-59962002000100004&script=sci_arttext. Consulta: 2012, mayo 10.
- Venemcham (2006). Compromiso y responsabilidad social de la empresa privada en Venezuela. Alianza social. Caracas. Venezuela.
- Venamcham (2007). Directorio alianza social. Quinta edición. Caracas. Venezuela.
- Venamcham (2008). Perfil social de la empresa en Venezuela. El ciclo de la práctica de la responsabilidad social. Octubre. Caracas. Venezuela.
- Vives, A. (2011). Prácticas Responsables en Pequeñas y Medianas Empresas. En: Peinado – Vara, Estrella y Vives, Antonio (Comps.) **La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina.**

- Vives, A; Corral, A. y Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica. [Documento en línea]. Disponible: http://www.mapeo-rse.info/sites/default/files/Responsabilidad_social_de_la_empresa_en.pdf. Consulta: 2011, noviembre 12.
- Woolcock, M. (1998). Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. Disponible: <http://vefsetur.hi.is/phdsoced/sites/files/phdsoced/webform/literature/SocCapital%20%26%20Eco%20Dev.%20M.Woolcock.pdf>. Consulta: 2011, noviembre 12.

ANEXO A



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES



Cuestionario

El presente instrumento tiene como objetivo, conocer la opinión de la población de empleados y obreros seleccionada, con la finalidad de evaluar los programas de (RSE) en una empresa del sector Agroindustrial ubicada en Valencia Estado Carabobo.

Dicho cuestionario cuenta con 5 indicadores, las cuales son evaluadas mediante enunciados 60 (Items). Además, se plantea la opción de respuesta múltiple para los ítems, considerando la escala tipo Likert, a través de cinco categorías:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutral (afirmación)
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Lo anterior, corresponde a la alternativa B, según el cuadro XX Escala de Lickert; esta escala representa un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que disponemos en la investigación social; es una escala para medir las actitudes y consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción de los Individuos, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

Escala de Likert.

ALTERNATIVA	OPCIÓN	
ALTERNATIVA	5	Totalmente de acuerdo
	4	De acuerdo
	3	Neutral
	2	En desacuerdo
	1	Completamente en desacuerdo

Fuente: Barboza (2015)

Instrucciones

Por favor responda de acuerdo a su experiencia y opinión actual en la empresa y no en términos de lo que usted piensa que debería ser o en términos de lo que otros contestarían. Es importante que sus respuestas sean totalmente honestas, se le garantiza que serán manejadas de forma estrictamente confidencial y que sólo se reportarán resultados globales de las diversas áreas.

- Lea detenidamente cada una de las preguntas planteadas
- Marque con una equis (X) las respuestas seleccionadas por usted
- Considere solo una alternativa
- Responda de manera objetiva

Sección I. DATOS GENERALES.

Por favor, marcar con una X sólo el recuadro de la respuesta que corresponde a su situación.

I.1 Tipo de Contrato: **Determinado** __ **Indeterminado** __ **Sindicalizado** __

I.2 Antigüedad en el Trabajo

Hasta 1 año <input type="checkbox"/>	De 1 -5 años <input type="checkbox"/>	De 6 -10 años <input type="checkbox"/>	De 11 - 15 años <input type="checkbox"/>	De 15 o más años <input type="checkbox"/>
---	--	---	---	--

I.3 Sexo. **Sexo: Masculino** __ **Femenino** __

I.4 Rango de edad

Hasta 20 año <input type="checkbox"/>	De 21 - 30 años <input type="checkbox"/>	De 31 -40 años <input type="checkbox"/>	De 41 - 50 años <input type="checkbox"/>	De 51 o más años <input type="checkbox"/>
--	---	--	---	--

I-5 Nivel máximo de estudios. **Primaria** __ **Secundaria** __ **Bachillerato** __ **TSU** __ **Universitario** __

I-6 Estrato **Empleado** __ **Obrero** __ **Otro** __

Sección II. DIMENSIONES DE LA PERCEPCIÓN DE LA IMAGEN CORPORATIVA DE LA EMPRESA

Se le solicita responder marcando con una “X”, en el recuadro de la derecha a cada pregunta, eligiendo la opción que más se acerque a su opinión, considerando la escala de 1 al 5. Siendo (1: Totalmente en desacuerdo, 2: En desacuerdo, 3: Neutral (afirmación), 4: De acuerdo, 5: Totalmente de acuerdo)

		ÁREAS E INDICADORES		ALTERNATIVAS				
N°	ITEMS	5	4	3	2	1		
Política de Apoyo a la Comunidad								
1	Para las programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
2	La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
3	Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
4	Se promueve la integración de personas con "capacidades diferentes" en la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Asignación de Recursos								
5	La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
6	Se evalúan los resultados de los programas destinados al desarrollo de la comunidad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Programas de Responsabilidad Social Empresarial								
7	Los directivos de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
8	Se posee un programa de voluntariado corporativo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
9	La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
10	La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales								
11	La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
12	La empresa capacita a sus trabajadores sobre riesgos y accidentes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Condiciones Ambientales								
13	Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
14	La empresa emprende acciones para que los trabajadores participen en actividades de preservación del ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Inversión en prevención de salud y seguridad								
15	Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y sus familiares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

16	La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participación de fuerza de trabajo por géneros		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Existe una política de dar oportunidades a discapacitados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Existe una política de dar oportunidades a jóvenes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Existe una política de dar oportunidades a discapacitados, a jóvenes y mujeres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacitación del personal y desarrollo profesional		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Apoya económicamente la capacitación en áreas relacionadas a la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Apoya económicamente las iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libertad de Sindicalización		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	La libertad de asociación o sindicalización es efectivamente ejercida por los empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Despidos y Plan de retiro		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	La situación social del empleado es considerada al momento de su despido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Existe un plan de apoyo para el momento del retiro de los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Percepción y evaluación interna		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El medio ambiente como compromiso empresarial		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se desarrollan prácticas de cuidado del medio ambiente		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Se promueve el reciclado de insumos y otros productos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Se dispone de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	Se procura disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Se promueve la reducción en el consumo de energía y agua	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impacto medioambiental		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	Es política de la empresa atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión al medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consideración de la opinión del cliente		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

39	Considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40	La empresa capacita en forma regular en "Atención al Cliente"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41	En la empresa existe un departamento de "Atención al Cliente" ó una persona responsable de la atención a los clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42	Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proceso de Reclamaciones						
43	La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44	La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Relaciones en las cadenas de proveedores						
45	Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46	En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketing y comunicación						
47	Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48	Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Misión y Visión						
49	La empresa tiene explicitada su Misión y Visión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50	En la Misión y Visión se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51	En la redacción de la Misión y Visión se hacen consultas externas a la empresa (Proveedores, clientes, comunidad, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conocimiento de normativas y Recomendaciones – Código						
52	La empresa dispone de Códigos de Ética ó Conducta formales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53	En las distintas instancias del reclutamiento de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54	Se aplican los principios éticos en las relaciones internas de la empresa (directivos, asesores externos, personal, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55	Se aplican los principios éticos en las relaciones externas de la empresa (proveedores, consumidores, gobierno, publicidad, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Procedimientos						
56	La empresa rechazaría contratos por considerar que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57	Se poseen normas que explícitamente prohíben prácticas discriminatorias en la empresa ya sea por raza, sexo, religión, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cumplimiento de legislación vigente –Varios						
58	La empresa promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/ empresariado/ sociedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
59	La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
60	En la Memoria, se hace mención a actividades de Responsabilidad Social de la empresa (apoyo comunitario, protección medio ambiente, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO A



REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES



Cuestionario

El presente instrumento tiene como objetivo, conocer la opinión de la población de empleados y obreros seleccionada, con la finalidad de evaluar los programas de (RSE) en una empresa del sector Agroindustrial ubicada en Valencia Estado Carabobo.

Dicho cuestionario cuenta con 5 indicadores, las cuales son evaluadas mediante enunciados 60 (Items). Además, se plantea la opción de respuesta múltiple para los ítems, considerando la escala tipo Likert, a través de cinco categorías:

1. Totalmente en desacuerdo
2. En desacuerdo
3. Neutral (afirmación)
4. De acuerdo
5. Totalmente de acuerdo

Lo anterior, corresponde a la alternativa B, según el cuadro XX Escala de Lickert; esta escala representa un tipo de instrumento de medición o de recolección de datos que disponemos en la investigación social; es una escala para medir las actitudes y consiste en un conjunto de ítems bajo la forma de afirmaciones o juicios ante los cuales se solicita la reacción de los Individuos, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

Escala de Likert.

ALTERNATIVA	OPCIÓN	
ALTERNATIVA	5	Totalmente de acuerdo
	4	De acuerdo
	3	Neutral
	2	En desacuerdo
	1	Completamente en desacuerdo

Fuente: Barboza (2015)

Instrucciones

Por favor responda de acuerdo a su experiencia y opinión actual en la empresa y no en términos de lo que usted piensa que debería ser o en términos de lo que otros contestarían. Es importante que sus respuestas sean totalmente honestas, se le garantiza que serán manejadas de forma estrictamente confidencial y que sólo se reportarán resultados globales de las diversas áreas.

- Lea detenidamente cada una de las preguntas planteadas
- Marque con una equis (X) las respuestas seleccionadas por usted
- Considere solo una alternativa
- Responda de manera objetiva

Sección I. DATOS GENERALES.

Por favor, marcar con una X sólo el recuadro de la respuesta que corresponde a su situación.

I.1 Tipo de Contrato: **Determinado** __ **Indeterminado** __ **Sindicalizado** __

I.2 Antigüedad en el Trabajo

Hasta 1 año <input type="checkbox"/>	De 1 -5 años <input type="checkbox"/>	De 6 -10 años <input type="checkbox"/>	De 11 - 15 años <input type="checkbox"/>	De 15 o más años <input type="checkbox"/>
---	--	---	---	--

I.3 Sexo. **Sexo: Masculino** __ **Femenino** __

I.4 Rango de edad

Hasta 20 año <input type="checkbox"/>	De 21 - 30 años <input type="checkbox"/>	De 31 -40 años <input type="checkbox"/>	De 41 - 50 años <input type="checkbox"/>	De 51 o más años <input type="checkbox"/>
--	---	--	---	--

I-5 Nivel máximo de estudios. **Primaria** __ **Secundaria** __ **Bachillerato** __ **TSU** __ **Universitario** __

I-6 Estrato **Empleado** __ **Obrero** __ **Otro** __

16	La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Participación de fuerza de trabajo por géneros		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17	Existe una política de dar oportunidades a discapacitados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Existe una política de dar oportunidades a jóvenes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Existe una política de dar oportunidades a discapacitados, a jóvenes y mujeres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacitación del personal y desarrollo profesional		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Apoya económicamente la capacitación en áreas relacionadas a la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Apoya económicamente las iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Libertad de Sindicalización		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	La libertad de asociación o sindicalización es efectivamente ejercida por los empleados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Despidos y Plan de retiro		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24	La situación social del empleado es considerada al momento de su despido	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25	Existe un plan de apoyo para el momento del retiro de los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Percepción y evaluación interna		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26	La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27	La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28	La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El medio ambiente como compromiso empresarial		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29	La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30	La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31	La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Se desarrollan prácticas de cuidado del medio ambiente		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32	Se promueve el reciclado de insumos y otros productos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33	Se dispone de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34	Se procura disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35	Se promueve la reducción en el consumo de energía y agua	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Impacto medioambiental		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36	Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37	Es política de la empresa atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión al medio ambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consideración de la opinión del cliente		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38	La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

39	Considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40	La empresa capacita en forma regular en "Atención al Cliente"	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41	En la empresa existe un departamento de "Atención al Cliente" ó una persona responsable de la atención a los clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42	Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Proceso de Reclamaciones						
43	La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
44	La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Relaciones en las cadenas de proveedores						
45	Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46	En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Marketing y comunicación						
47	Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48	Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Misión y Visión						
49	La empresa tiene explicitada su Misión y Visión	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50	En la Misión y Visión se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresaria	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51	En la redacción de la Misión y Visión se hacen consultas externas a la empresa (Proveedores, clientes, comunidad, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conocimiento de normativas y Recomendaciones – Código						
52	La empresa dispone de Códigos de Ética ó Conducta formales	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53	En las distintas instancias del reclutamiento de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54	Se aplican los principios éticos en las relaciones internas de la empresa (directivos, asesores externos, personal, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55	Se aplican los principios éticos en las relaciones externas de la empresa (proveedores, consumidores, gobierno, publicidad, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Procedimientos						
56	La empresa rechazaría contratos por considerar que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57	Se poseen normas que explícitamente prohíben prácticas discriminatorias en la empresa ya sea por raza, sexo, religión, etc.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cumplimiento de legislación vigente –Varios						
58	La empresa promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/ empresariado/ sociedad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
59	La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
60	En la Memoria, se hace mención a actividades de Responsabilidad Social de la empresa (apoyo comunitario, protección medio ambiente, etc.)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ANEXO C: Tabla de Tabulación por Área de la Responsabilidad Social Empresaria

5 4 3 2 1

N°	ÁREA	INDICADORES ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA POR LA PUNTUACION					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)	TD (%)		
1	Apoyo a los Trabajadores	Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores	4	11	6	1	8	20	44	18	2	8	13%	29%	12%	1%	5%	92	61%
2		La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.	4	13	5	3	5	20	52	15	6	5	13%	35%	10%	4%	3%	98	65%
3		Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos	21	7	1	0	1	105	28	3	0	1	70%	19%	2%	0%	1%	137	91%
4		Se promueve la integración de personas con "capacidades diferentes" en la empresa	7	13	6	2	2	35	52	18	4	2	23%	35%	12%	3%	1%	111	74%
5		La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario	8	10	8	2	2	40	40	24	4	2	27%	27%	16%	3%	1%	110	73%
6		Se evalúan los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad	5	9	10	2	4	25	36	30	4	4	17%	24%	20%	3%	3%	99	66%
7		Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias	5	13	6	2	4	25	52	18	4	4	17%	35%	12%	3%	3%	103	69%
8		Se posee un programa de voluntariado corporativo	6	8	11	1	4	30	32	33	2	4	20%	21%	22%	1%	3%	101	67%
9		La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario	2	17	5	2	4	10	68	15	4	4	7%	45%	10%	3%	3%	101	67%
10		La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya	8	11	4	3	4	40	44	12	6	4	27%	29%	8%	4%	3%	106	71%

N°	Área	INDICADORES ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA POR LA PUNTUACION					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)	TD (%)		
11	Laboral	La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales	15	12	3	0	0	75	48	9	0	0	50%	32%	6%	0%	0%	132	88%
12		La empresa capacita a sus trabajadores sobre riesgos y accidentes	14	8	7	1	0	70	32	21	2	0	47%	21%	14%	1%	0%	125	83%
13		Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales	12	14	2	2	0	60	56	6	4	0	40%	37%	4%	3%	0%	126	84%
14		La empresa emprende acciones para que los trabajadores participen en actividades de preservación del ambiente	8	12	6	1	3	40	48	18	2	3	27%	32%	12%	1%	2%	111	74%
15		Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y/o sus familiares	9	12	8	1	0	45	48	24	2	0	30%	32%	16%	1%	0%	119	79%
16		La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo	7	9	6	5	3	35	36	18	10	3	23%	24%	12%	7%	2%	102	68%

17	Condiciones de Medio ambiente La	Existe una política de dar oportunidades a discapacitados	9	13	5	1	2	45	52	15	2	2	30%	35%	10%	1%	1%	116	77%
18		Existe una política de dar oportunidades a jóvenes	18	4	6	0	2	90	16	18	0	2	60%	11%	12%	0%	1%	126	84%
19		Existe una política de dar oportunidades a mujeres	11	10	8	0	1	55	40	24	0	1	37%	27%	16%	0%	1%	120	80%
20		Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	50%	27%	8%	1%	0%	129	86%
21		Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa	10	12	3	3	2	50	48	9	6	2	33%	32%	6%	4%	1%	115	77%
22		Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la empresa	9	14	2	2	1	45	56	6	4	1	30%	37%	4%	3%	1%	112	75%
23		La libertad de asociación o sindicalización es efectivamente ejercida por los empleados	4	11	5	3	7	20	44	15	6	7	13%	29%	10%	4%	5%	92	61%
24		La situación social del empleado es considerada al momento de su despido	10	6	7	4	3	50	24	21	8	3	33%	16%	14%	5%	2%	106	71%
25		Existe un plan de apoyo para el momento del retiro de los trabajadores	6	11	6	3	4	30	44	18	6	4	20%	29%	12%	4%	3%	102	68%
26		La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores	10	15	4	0	1	50	60	12	0	1	33%	40%	8%	0%	1%	123	82%
27		La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores	11	12	4	1	2	55	48	12	2	2	37%	32%	8%	1%	1%	119	79%
28		La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados	10	11	5	1	3	50	44	15	2	3	33%	29%	10%	1%	2%	114	76%

N°	Áreas	ÁREAS E INDICADORES ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA POR LA PUNTUACION					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)	TD (%)		
29	Proteccion del Medio Ambiente	La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales	5	18	4	0	3	25	72	12	0	3	17%	48%	8%	0%	2%	112	75%
30		La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente	10	9	8	2	1	50	36	24	4	1	33%	24%	16%	3%	1%	115	77%
31		La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental	10	12	4	3	1	50	48	12	6	1	33%	32%	8%	4%	1%	117	78%
32		Se promueve el reciclado de insumos y otros productos	14	8	4	1	3	70	32	12	2	3	47%	21%	8%	1%	2%	119	79%
33		Se dispone de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes.	12	7	6	4	1	60	28	18	8	1	40%	19%	12%	5%	1%	115	77%
34		Se procura disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa	12	13	2	2	1	60	52	6	4	1	40%	35%	4%	3%	1%	123	82%
35		Se promueve la reducción en el consumo de energía y agua	6	13	9	0	2	30	52	27	0	2	20%	35%	18%	0%	1%	111	74%
36		Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades	12	12	3	2	1	60	48	9	4	1	40%	32%	6%	3%	1%	122	81%
37		Es política de la empresa atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión al medio ambiente	14	8	5	1	2	70	32	15	2	2	47%	21%	10%	1%	1%	121	81%

		ÁREAS E INDICADORES	FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS
N°	Áreas	ITEMS	TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)	TD (%)		
38	Marketing Responsable	La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes	12	13	4	0	1	60	52	12	0	1	40%	35%	8%	0%	1%	125	83%
39		Considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios	21	6	2	0	1	105	24	6	0	1	70%	16%	4%	0%	1%	136	91%
40		La empresa capacita en forma regular en "Atención al Cliente"	11	14	4	1	0	55	56	12	2	0	37%	37%	8%	1%	0%	125	83%
41		En la empresa existe un departamento de "Atención al Cliente" ó una persona responsable de la atención a los clientes	15	11	3	1	0	75	44	9	2	0	50%	29%	6%	1%	0%	130	87%
42		Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes	15	11	2	1	1	75	44	6	2	1	50%	29%	4%	1%	1%	128	85%
43		La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada	6	16	6	1	1	30	64	18	2	1	20%	43%	12%	1%	1%	115	77%
44		La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones	11	13	4	0	2	55	52	12	0	2	37%	35%	8%	0%	1%	121	81%
45		Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores	6	12	8	2	2	30	48	24	4	2	20%	32%	16%	3%	1%	108	72%
46		En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social	4	13	9	2	2	20	52	27	4	2	13%	35%	18%	3%	1%	105	70%
47		Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.)	7	17	3	2	1	35	68	9	4	1	23%	45%	6%	3%	1%	117	78%
48	Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece	17	10	2	0	1	85	40	6	0	1	57%	27%	4%	0%	1%	132	88%	

		ÁREAS E INDICADORES	FRECUENCIA					PUNTUACION					PORCENTAJE DE FRECUENCIA					TOTAL DE PUNTUACIÓN	% POR ITEMS
N°	Áreas	ITEMS	TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD	TA (%)	DA (%)	N (%)	ED (%)	TD (%)		
49	Valores y Principio Éticos	La empresa tiene explícita su Misión y Visión	14	12	3	0	1	70	48	9	0	1	47%	32%	6%	0%	1%	128	85%
50		En la Misión y Visión se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresaria	9	14	4	2	1	45	56	12	4	1	30%	37%	8%	3%	1%	118	79%
51		En la redacción de la Misión y Visión se hacen consultas externas a la empresa (Proveedores, clientes, comunidad, etc.)	8	13	4	2	3	40	52	12	4	3	27%	35%	8%	3%	2%	111	74%
52		La empresa dispone de Códigos de Ética ó Conducta formales	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	50%	27%	8%	1%	0%	129	86%
53		En las distintas instancias del reclutamiento de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	50%	27%	8%	1%	0%	129	86%
54		Se aplican los principios éticos en las relaciones internas de la empresa (directivos, asesores externos, personal, etc.)	17	10	2	1	0	85	40	6	2	0	57%	27%	4%	1%	0%	133	89%
55		Se aplican los principios éticos en las relaciones externas de la empresa (proveedores, consumidores, gobierno, publicidad, etc.)	13	12	4	0	1	65	48	12	0	1	43%	32%	8%	0%	1%	126	84%
56		La empresa rechazaría contratos por considerar que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos	7	17	3	2	1	35	68	9	4	1	23%	45%	6%	3%	1%	117	78%
57		Se poseen normas que explícitamente prohíben prácticas discriminatorias en la empresa ya sea por raza, sexo, religión, etc.	16	7	4	2	1	80	28	12	4	1	53%	19%	8%	3%	1%	125	83%
58		La empresa promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/ empresariado/ sociedad	10	15	4	1	0	50	60	12	2	0	33%	40%	8%	1%	0%	124	83%

59		La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente	12	13	4	1	0	60	52	12	2	0	40%	35%	8%	1%	0%	126	84%
60		En la Memoria, se hace mención a actividades de Responsabilidad Social de la empresa (apoyo comunitario, protección medio ambiente, etc.)	15	8	4	2	1	75	32	12	4	1	50%	21%	8%	3%	1%	124	83%

ANEXO D: Tabla de Tabulación de Indicador por Área de la Responsabilidad Social Empresaria

N°	Áreas	INDICADORES: Política de Apoyo a la Comunidad	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
1	Apoyo a la Comunidad	Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa, se consulta a los trabajadores	4	11	6	1	8	20	44	18	2	8	92	30	5	150	92	61%
2		La empresa genera y/o participa de alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.	4	13	5	3	5	20	52	15	6	5	98	30	5	150	98	65%
3		Se prevé de espacios para desarrollar pasantías en la empresa destinadas a jóvenes como apoyo a la formación laboral de los mismos	21	7	1	0	1	105	28	3	0	1	137	30	5	150	137	91%
4		Se promueve la integración de personas con "capacidades diferentes" en la empresa	7	13	6	2	2	35	52	18	4	2	111	30	5	150	111	74%
TOTAL												438			600	438	73%	

Datos del Indicador

TA	DA	N	ED	TD
30%	37%	15%	5%	13%

TA	N	TD
67%	15%	18%

N°	Áreas	INDICADORES: Asignación de Recurso	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
5	Apoyo a la Comunidad	La empresa destina recursos (no económicos) para programas de apoyo comunitario	8	10	8	2	2	40	40	24	4	2	110	30	5	150	110	73%
6		Se evalúan los resultados de los programas y/o apoyos destinados al desarrollo de la comunidad.	5	9	10	2	4	25	36	30	4	4	99	30	5	150	99	66%
TOTAL												209			300	209	70%	

Datos del Indicador

TA	DA	N	ED	TD
22%	32%	30%	7%	10%

TA	N	TD
53%	30%	17%

N°	Áreas	INDICADORES: Programas de Responsabilidad Social Empresarial	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
7	Apoyo a la Comunidad	Los directivos y gerentes de la empresa participan en actividades de apoyo a organizaciones sociales y/o comunitarias	5	13	6	2	4	25	52	18	4	4	103	30	5	150	103	69%
8		Se posee un programa de voluntariado corporativo	6	8	11	1	4	30	32	33	2	4	101	30	5	150	101	67%
9		La empresa genera oportunidades para que los trabajadores desarrollen actividades de apoyo comunitario	2	17	5	2	4	10	68	15	4	4	101	30	5	150	101	67%
10		La empresa comunica internamente a todo el personal sobre las actividades de apoyo comunitario en las que participa o apoya	8	11	4	3	4	40	44	12	6	4	106	30	5	150	106	71%
TOTAL												411			600	411	69%	

Datos del Indicador

TA	DA	N	ED	TD
18%	41%	22%	7%	13%

TA	N	TD
58%	22%	20%

N°	Áreas	INDICADORES: Accidentes de Trabajo y Enfermedades Profesionales	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
11	Condiciones de Medio ambiente Laboral	La empresa posee un programa de prevención de accidentes de trabajo y enfermedades profesionales	15	12	3	0	0	75	48	9	0	0	132	30	5	150	132	88%
12		La empresa capacita a sus trabajadores sobre riesgos y accidentes	14	8	7	1	0	70	32	21	2	0	125	30	5	150	125	83%
TOTAL												257			300	257	86%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
48%	33%	17%	2%	0%

TA	N	TD
82%	17%	2%

N°	Áreas	INDICADORES: Condiciones Ambientales	FRECUENCIA					PUNTAJACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
13	Condiciones de Medio ambiente	Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales	12	14	2	2	0	60	56	6	4	0	126	30	5	150	126	84%
14	Medio ambiente Laboral	La empresa emprende acciones para que los trabajadores participen en actividades de preservación del ambiente	8	12	6	1	3	40	48	18	2	3	111	30	5	150	111	74%
TOTAL												237			300	237	79%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
33%	43%	13%	5%	5%

TA	N	TD
77%	13%	10%

N°	Áreas	INDICADORES: Inversion en Prevencion de Salud y Seguridad	FRECUENCIA					PUNTAJACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
15	Condiciones de Medio ambiente Laboral	Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y/o sus familiares	9	12	8	1	0	45	48	24	2	0	119	30	5	150	119	79%
16	Medio ambiente Laboral	La empresa otorga beneficios adicionales a los establecidos por la ley en los casos de embarazo	7	9	6	5	3	35	36	18	10	3	102	30	5	150	102	68%
TOTAL												221			300	221	74%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
27%	35%	23%	10%	5%

TA	N	TD
62%	23%	15%

N°	Áreas	INDICADORES: Participacion de Fuerza de Trabajo por Género	FRECUENCIA					PUNTAJACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
17	Condiciones de Medio ambiente Laboral	Existe una política de dar oportunidades a discapacitados	9	13	5	1	2	45	52	15	2	2	116	30	5	150	116	77%
18	Medio ambiente Laboral	Existe una política de dar oportunidades a jóvenes	18	4	6	0	2	90	16	18	0	2	126	30	5	150	126	84%
19	Medio ambiente Laboral	Existe una política de dar oportunidades a mujeres	11	10	8	0	1	55	40	24	0	1	120	30	5	150	120	80%
20	Medio ambiente Laboral	Se promueve la ocupación de cargos gerenciales por mujeres	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	129	30	5	150	129	86%
TOTAL												362			450	362	80%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
44%	31%	19%	2%	4%

TA	N	TD
75%	19%	6%

N°	Áreas	INDICADORES: Capacitacion del Personal y Desarrollo Profesional	FRECUENCIA					PUNTAJACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
21	Condiciones de Medio ambiente Laboral	Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas relacionadas a la empresa	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	129	30	5	150	129	86%
22	Medio ambiente Laboral	Apoya económicamente y/o facilita iniciativas individuales de capacitación en áreas no relacionadas a la empresa	10	12	3	3	2	50	48	9	6	2	115	30	5	150	115	77%
TOTAL												244			300	244	81%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
42%	37%	12%	7%	3%

TA	N	TD
78%	12%	10%

N°	Áreas	INDICADORES: Libertad de Sindicalizacion	FRECUENCIA					PUNTAJACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
23	Condiciones de Medio ambiente Laboral	La libertad de asociación o sindicalización es efectivamente ejercida por los empleados	4	11	5	3	7	20	44	15	6	7	92	30	8	240	92	38%
TOTAL												92			240	92	38%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
13%	37%	17%	10%	23%

TA	N	TD
50%	17%	33%

N°	Áreas	INDICADORES: Despido y plan de Retiro	FRECUENCIA					PUNTAJACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
24	Condiciones de Medio ambiente	La situación social del empleado es considerada al momento de su despido	4	11	5	3	7	20	44	15	6	7	92	30	5	150	92	61%
25		Existe un plan de apoyo para el momento del retiro de los trabajadores	10	6	7	4	3	50	24	21	8	3	106	30	5	150	106	71%
TOTAL												198			300	198	66%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
23%	28%	20%	12%	17%

TA	N	TD
52%	20%	28%

N°	Áreas	INDICADORES: Percepción y Evaluación Interna	FRECUENCIA					PUNTAJACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
26	Condiciones de Medio ambiente Laboral	La empresa realiza evaluaciones sobre la percepción de la misma por parte de los trabajadores	6	11	6	3	4	30	44	18	6	4	102	30	10	300	102	0.34
27		La empresa realiza evaluaciones de satisfacción sobre el ambiente laboral entre los trabajadores	10	15	4	0	1	50	60	12	0	1	123	30	11	330	123	37%
28		La empresa realiza evaluaciones de desempeño en las cuales los superiores son evaluados por sus subordinados	11	12	4	1	2	55	48	12	2	2	119	30	12	360	119	33%
TOTAL												242			690	242	35%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
30%	42%	16%	4%	8%

TA	N	TD
72%	16%	12%

N°	Áreas	INDICADORES: El Medio Ambiente como compromiso Empresarial	FRECUENCIA					PUNTAJACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
29	Proteccion del Medio Ambiente	La empresa dispone de procesos de capacitación en temas medioambientales	5	18	4	0	3	25	72	12	0	3	112	30	5	150	112	75%
30		La empresa genera o participa en alianzas con otras organizaciones desarrollando acciones en favor del cuidado del medio ambiente	10	9	8	2	1	50	36	24	4	1	115	30	5	150	115	77%
31		La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental	10	12	4	3	1	50	48	12	6	1	117	30	5	150	117	78%
TOTAL												344			450	344	76%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
28%	43%	18%	6%	6%

TA	N	TD
71%	18%	11%

N°	Áreas	INDICADORES: Se Desarrollan Practicas de Cuidado de Medio Ambiente	FRECUENCIA					PUNTAJACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
33	Proteccion del Medio Ambiente	Se dispone de una política tendiente al uso de combustibles/energías menos contaminantes.	12	7	6	4	1	60	28	18	8	1	115	30	5	150	115	77%
34		Se procura disminuir al máximo la utilización de productos tóxicos en la empresa	12	13	2	2	1	60	52	6	4	1	123	30	5	150	123	82%
35		Se promueve la reducción en el consumo de energía y agua	6	13	9	0	2	30	52	27	0	2	111	30	5	150	111	74%
TOTAL												349			450	349	78%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
33%	37%	19%	7%	4%

TA	N	TD
70%	19%	11%

N°	Áreas	INDICADORES: Impacto Medioambiental	ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
				TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
36	Proteccion del Medio Ambiente	Se dispone de controles del impacto ambiental generado por sus actividades		12	12	3	2	1	60	48	9	4	1	122	30	5	150	122	81%
37				Es politica de la empresa atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión al medio ambiente	14	8	5	1	2	70	32	15	2	2	121	30	5	150	121
TOTAL													243			300	243	81%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
43%	33%	13%	5%	5%

TA	N	TD
77%	13%	10%

N°	Áreas	INDICADORES: Consideración de la Opciones del Cliente	ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%	
				TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD							
38	Marketing Responsable	La empresa tiene implementado un procedimiento para conocer el nivel de satisfacción de sus clientes		12	13	4	0	1	60	52	12	0	1	125	30	5	150	125	83%	
39				Considera la opinión de sus clientes en sus productos y servicios	21	6	2	0	1	105	24	6	0	1	136	30	5	150	136	91%
40				La empresa capacita en forma regular en "Atención al Cliente"	11	14	4	1	0	55	56	12	2	0	125	30	5	150	125	83%
41				En la empresa existe un departamento de "Atención al Cliente" ó una persona responsable de la atención a los clientes	15	11	3	1	0	75	44	9	2	0	130	30	5	150	130	87%
42				Se comparte con los trabajadores de la empresa la opinión de sus clientes	15	11	2	1	1	75	44	6	2	1	128	30	5	150	128	85%
TOTAL													644			750	644	86%		

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
49%	37%	10%	2%	2%

TA	N	TD
86%	10%	4%

N°	Áreas	INDICADORES: Procesos de Reclamación	ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
				TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
43	Marketing Responsable	La empresa posee un proceso de reclamaciones ágil, accesible y con la difusión adecuada		6	16	6	1	1	30	64	18	2	1	115	30	5	150	115	77%
44				La empresa evalúa anualmente el número de reclamaciones	11	13	4	0	2	55	52	12	0	2	121	30	5	150	121
TOTAL													236			300	236	79%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
28%	48%	17%	2%	5%

TA	N	TD
77%	17%	7%

N°	Áreas	INDICADORES: Relaciones en las Cadena de Proveedores	ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
				TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
45	Marketing Responsable	Posee un plan anual de consulta de satisfacción con los proveedores		6	12	8	2	2	30	48	24	4	2	108	30	5	150	108	72%
46				En la selección de proveedores se toma en cuenta los compromisos de éstos con la Responsabilidad Social	4	13	9	2	2	20	52	27	4	2	105	30	5	150	105
TOTAL													213			300	213	71%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
17%	42%	28%	7%	7%

TA	N	TD
58%	28%	13%

N°	Áreas	INDICADORES: Marketing y Comunicación	ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
				TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
47	Marketing Responsable		Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos de los productos o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo, etc.)	7	17	3	2	1	35	68	9	4	1	117	30	5	150	117	78%
48			Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o servicio que se ofrece	17	10	2	0	1	85	40	6	0	1	132	30	5	150	132	88%
TOTAL													249			300	249	83%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
40%	45%	8%	3%	3%

TA	N	TD
85%	28%	7%

N°	Áreas	INDICADORES: Misión y Visión	ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
				TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
49	Valores y Principio Éticos		La empresa tiene explícita su Misión y Visión	14	12	3	0	1	70	48	9	0	1	128	30	5	150	128	85%
50			En la Misión y Visión se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresaria	9	14	4	2	1	45	56	12	4	1	118	30	5	150	118	79%
51			En la redacción de la Misión y Visión se hacen consultas externas a la empresa (Proveedores, clientes, comunidad, etc.)	8	13	4	2	3	40	52	12	4	3	111	30	5	150	111	74%
TOTAL													357			450	357	79%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
34%	43%	12%	4%	6%

TA	N	TD
78%	12%	10%

N°	Áreas	INDICADORES: Conocimientos de Normativas y Recomendaciones	ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
				TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
52	Valores y Principio Éticos		La empresa dispone de Códigos de Ética ó Conducta formales	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	129	30	5	150	129	86%
53			En las distintas instancias del reclutamiento de personal, se consideran aspectos relacionados con la ética	15	10	4	1	0	75	40	12	2	0	129	30	5	150	129	86%
54			Se aplican los principios éticos en las relaciones internas de la empresa (directivos, asesores externos, personal, etc.)	17	10	2	1	0	85	40	6	2	0	133	30	5	150	133	89%
55			Se aplican los principios éticos en las relaciones externas de la empresa (proveedores, consumidores, gobierno, publicidad, etc.)	13	12	4	0	1	65	48	12	0	1	126	30	5	150	126	84%
TOTAL													517			600	517	86%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
50%	35%	12%	3%	1%

TA	N	TD
85%	12%	3%

N°	Áreas	INDICADORES: Procedimientos	ITEMS	FRECUENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
				TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
56	Valores y Principio Éticos		La empresa rechazaría contratos por considerar que los mismos ó las empresas contratantes podrían ser éticamente incorrectos	7	17	3	2	1	35	68	9	4	1	117	30	5	150	117	78%
57			Se poseen normas que explícitamente prohíben prácticas discriminatorias en la empresa ya sea por raza, sexo, religión, etc.	16	7	4	2	1	80	28	12	4	1	125	30	5	150	125	83%
TOTAL													242			300	242	81%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
38%	40%	12%	7%	3%

TA	N	TD
78%	12%	10%

N°	Áreas	INDICADORES: Cumplimiento de Legislación Vigente	FRECUCENCIA					PUNTUACION					TOTAL	SUJETO	PUNTOS MAX	PUNTOS TOTALES	PUNTOS OBTENIDOS	%
			TA	DA	N	ED	TD	TA	DA	N	ED	TD						
58	Valores y Principio Éticos	La empresa promueve legislaciones o iniciativas que favorezcan el desarrollo del país/mercado/ empresariado/ sociedad	10	15	4	1	0	50	60	12	2	0	124	30	5	150	124	83%
59		La empresa cumple con la legislación impositiva y de seguridad social vigente	12	13	4	1	0	60	52	12	2	0	126	30	5	150	126	84%
60		En la Memoria, se hace mención a actividades de Responsabilidad Social de la empresa (apoyo comunitario, protección medio ambiente, etc.)	15	8	4	2	1	75	32	12	4	1	124	30	5	150	124	83%
TOTAL												374			450	374	83%	

Datos del Indicador por Área

TA	DA	N	ED	TD
41%	40%	13%	4%	1%

TA	N	TD
81%	12%	6%



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CONSEJO DE ESCUELA



CE-123/15

Valencia, 02 de noviembre de 2015

Ciudadano(a):
Prof. Delia Martínez

Cumplo con informarle que el Consejo de Escuela de Relaciones Industriales en su sesión extraordinaria No. 607, de fecha 02/11/2015, acordó ratificarlo(a) como Tutor del Proyecto de Trabajo de Grado titulado: "EVALUACION DE LA GESTION HUMANA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO", correspondiente a el (los) Br. (es): **APONTE GHEYSMELL Y GONZALEZ YALINES**, con el cual aspira(n) obtener el título de Licenciado(s) en Relaciones Industriales (Bárbula).

Anexamos un ejemplar para los fines correspondientes.

Atentamente,


Prof. Yamilé Delgado de Smith
Directora - Presidente del Consejo de Escuela
de Relaciones Industriales



YDS/ab.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



Carta De Validación Del Instrumento

Yo, Carlos Zambrano de
profesión Profesor con estudios de
4to nivel en Doctor en Ciencias Gerenciales hago constar
mediante la presente, que he revisado el instrumento de recolección de información
(cuestionario), diseñado por **Aponte, Gheysmell C.I: 13.105.609, Gonzalez, Yalines
C.I: 17.571.950**, que será aplicado a la población en la investigación del Trabajo de
Grado que lleva por título: **“EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA
AGROINDUSTRIAL UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO”**.

Constancia que se expide a los 04 días del mes de Febrero de 2016


FIRMA

C.I: 4066663



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



Carta De Validación Del Instrumento

Yo, Bruno M. Valera H. de
profesión Ldo. Relaciones Industriales con estudios de
4to nivel en Maestría Admón Trabajo y Relac. Lab. hago constar
mediante la presente, que he revisado el instrumento de recolección de información
(cuestionario), diseñado por **Aponte, Gheysmell C.I: 13.105.609, Gonzalez, Yalines
C.I: 17.571.950**, que será aplicado a la población en la investigación del Trabajo de
Grado que lleva por título: **“EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA
AGROINDUSTRIAL UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO”**.

Constancia que se expide a los 03 días del mes de Febrero de 2016

B. Valera H.
FIRMA

C.I: V 7595154




UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



Carta De Validación Del Instrumento

Yo, Anaís C. Manero S. de
profesión Msc. Gerencia con estudios de
4to nivel en _____ hago constar
mediante la presente, que he revisado el instrumento de recolección de información
(cuestionario), diseñado por **Aponte, Gheysmell C.I: 13.105.609, Gonzalez, Yalines
C.I: 17.571.950**, que será aplicado a la población en la investigación del Trabajo de
Grado que lleva por título: **“EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA
AGROINDUSTRIAL UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO”**.

Constancia que se expide a los 03 días del mes de Febrero de 2016


FIRMA _____
C.I: 7.131.766



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



APROBACIÓN DEL TUTOR

Por medio de la presente, se hace constar que el trabajo de grado título: **“EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN HUMANA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO”** presentado por los bachilleres: **Aponte, Gheysmell C.I: 13.105.609, Gonzalez, Yalines C.I: 17.571.950**, cumple con los requisitos de forma y fondo para optar al título de Licenciada en Relaciones Industriales.

Prof.: _____

Lic. Delia Martínez

C.I:

Tutor Asignado

Bárbula, 02 de Marzo de 2016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



CAMBIO DE TÍTULO

Por medio de la presente, se informa que el presente trabajo de grado presentado por los Bachilleres: **Aponte, Gheysmell C.I: 13.105.609, Gonzalez, Yalines C.I: 17.571.950**, tuvo una modificación en el título, en virtud que se realizó un cambio a nivel del abordaje de la investigación considerando mayor amplitud en el alcance, por lo cual se hizo necesario ajustar el título original.

Título anterior:

EVALUACIÓN DE LOS PLANES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO

Título actual:

EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO

Prof.: _____

Lic. Delia Martínez

C.I:

Tutor Asignado

Bárbula, 02 de Marzo de 2016



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES
CAMPUS BÁRBULA



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**EVALUACIÓN DE LOS PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN UNA EMPRESA AGROINDUSTRIAL UBICADA EN
VALENCIA ESTADO CARABOBO**

Tutora:

Lic. Delia Martínez

Acepta de acuerdo al Estatuto Universitario
la Tutoría del Trabajo de Grado a la Categoría de Gestión de Persona
Faculta de Ciencia Económica y Sociales
Escuela de Relaciones Industriales

C.I.: _____

Lic. Delia Martínez

Bárbula, 02 de Marzo de 2016