



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



**CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN
UNA EMPRESA DE SERVICIO DEL SECTOR PRIVADO UBICADA EN
VALENCIA ESTADO CARABOBO**

Autores:
Gámez, Antonio
C.I. V- 16.447.674
Medina, Enrique
C.I. V- 17.065.080

Bárbula, 16 de julio de 2015



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



**CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN
UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEL SECTOR PRIVADO UBICADA EN
VALENCIA ESTADO CARABOBO**

Tutora: Anais Marrero

Línea de Investigación: Gestión de las Personas

Autores:
Gámez, Antonio
C.I. V- 16.447.674
Medina, Enrique
C.I. V- 17.065.080

Bárbula, 16 de julio de 2015



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



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN
UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEL SECTOR PRIVADO UBICADA EN
VALENCIA ESTADO CARABOBO**

Tutora: Prof. Anais Marrero

**Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Relaciones Industriales
Por: Anais Marrero
C.I. 7.131.766**

Bárbula, 16 de julio de 2015



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



Por medio de la presente, se hace constar que el Trabajo de Grado titulado: **CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEL SECTOR PRIVADO UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO**. PERÍODO: 1-2015 presentado por los Bachilleres: Gámez, Antonio titular de la cedula de identidad C.I. V- 16.447.674 y Medina, Enrique titular de la cedula de identidad C.I. V- 17.065.080, se ha hecho bajo el debido seguimiento y revisión.

Profesora: Anais Marrero

C.I: 7.131.766



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



VEREDICTO

Nosotros miembros del jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado titulado **CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEL SECTOR PRIVADO UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO** presentado por Gámez, Antonio titular de la cedula de identidad C.I. V- 16.447.674 y Medina, Enrique titular de la cedula de identidad C.I. V- 17.065.080 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 año _____

Nombre y Apellido C.I. Firma

DEDICATORIA

Primero que nada le agradezco a Dios por permitirme escribir estas palabras de agradecimientos y dedicatoria en estas páginas, igualmente te doy gracias por iluminar cada uno de mis pasos, ser mi fiel compañero, por cada segundo de mi vida y por cada persona maravillosa que ubicas en mi camino, quienes han vivido conmigo esta meta tan importante en mi vida.

A mis padres Antonio Gámez y Luzmila Montaña por darme su apoyo incondicional, quienes con sus concejos, constancia y paciencia me dieron las herramientas necesarias para enfrentarme a la vida y construir mi camino hacia mi desarrollo profesional y personal. Que a pesar de las dificultades me enseñaron como ir superando los tropiezos y cada vez que quería caer me dieron su brazo para seguir adelante. A ustedes eternamente gracias.

A mi Esposa Shirleny Bisogno a nuestro gran tesoro mi querida hija Victoria Gámez, que son mi motor y mis dos grandes compañeras, a mi esposa por tenerme la paciencia todos estos años de sacrificio, a mi hija por regalarme una sonrisa todos los días de su vida por cada te amo papi que me da fuerza y que no tiene ningún precio. A ustedes mis dos grandes amores. Gracias eternamente, las amo.

A mi tío Carlos Gámez y mi tía Liliannette Wiettoff por siempre estar allí en todo momento, darme fuerzas y palabras de aliento, brindarme su amor incondicional, como siempre me dicen, Dios no les dio hijos pero les dio sobrinos y mi agradecimiento a ustedes por ser como padres en mi vida y formar parte de este nuevo logro. Gracias

A mis Suegros Carmen Hernández, Noel Bisogno y a todos los que conforman estas bellas familias porque me abrieron las puertas de sus casas, de sus corazones y me abrigaron como un hijo más, por su paciencia, tolerancia, buenos deseos siempre serán parte importante de mi vida.

A mis Amigos Eloísa Díaz, Barbará Vegas, Enrique Medina, Gabriela Sánchez, Jesús Gil, Juan Álvarez y Euclides Caguana porque hicimos un camino juntos en nuestra carrera Universitaria donde siempre hubo de todo un poco, momentos buenos, no tan buenos y momentos malos, pero siempre nos mantuvimos unidos no solo por un fin sino por un vínculo llamado amistad, la cual espero perdure por siempre. Gracias chicos.

A mi tutora Anais Marrero, por su valiosa colaboración, receptividad, orientación y desinteresada ayuda, quien con su paciencia, perseverancia y constancia me acompañó a transitar el camino para la elaboración de mi trabajo de grado. A demás de brindarme sus conocimientos y enseñarme que siempre se puede además de mostrarme su gran fortaleza en momentos difíciles de su vida siempre estuvo allí para ayudarnos, así como enseñarnos lo ejemplar y su valor como persona. Gracias.

A la casa de estudio "Universidad de Carabobo", y a todos los profesores de la misma, que a lo largo de la carrera me brindaron sus conocimientos, enseñanzas permitiéndome desarrollarme profesionalmente y fomentar en mis valores y principios éticos que son herramientas indispensables en nuestra vida y carrera profesional.

Por último y no menos importante, le doy gracias a todas aquellas personas que directa o indirectamente me brindaron su ayuda y que han intervenido en mi camino y aprendizaje. Gracias

Antonio

DEDICATORIA

En mi camino han pasado y existen personas protagonistas que de alguna u otra forma participan o han participado en mis logros, lo cual una palabra de agradecimiento y una dedicatoria es muy poco en comparación de lo que he recibido de cada uno de ellos.

Primero que nada le agradezco a Dios por permitirme estar presente en este momento tan importante en mi vida y escribir estas palabras de agradecimientos y dedicatoria, igualmente te doy gracias por iluminar cada uno de mis pasos, ser mi fiel compañero, por cada segundo de mi vida y por cada persona maravillosa que ubicas en mi camino, quienes han vivido conmigo esta meta tan importante en mi vida.

A mis grandes y queridos padres Llaimira Padrón y Generoso Medina, a los cuales pudiera dedicarles una vida entera escribiéndole mi amor y agradecimiento, quienes con su apoyo, sus consejos, constancia y paciencia me dieron las herramientas necesarias para enfrentarme a la vida y construir mi camino hacia mi desarrollo profesional y personal. Por ustedes y gracias a ustedes he llegado a donde he querido, son y seguirán siendo mi motivación de seguir adelante, les dedico este y todos mis logros. Simplemente este logro sin su apoyo incondicional no hubiese sido posible gracias por todo. Los amo.

A una de las bendiciones más grandes de mi vida, mi hijo Santiago Medina, que me ha dado fuerzas para seguir adelante en todo momento, estando a mi lado dándome alegrías, a ti especialmente te dedico este triunfo mi hijo hermoso que dios te bendiga siempre, te amo.

A mi Esposa Marylori Manrique, te dedico este logro, ya que has estado allí a mi lado en mis altos y bajos para ofrecerme palabras de estímulo, animo, fortalezas, y de alegrías; además has sido protagonista de muchos momentos especiales en mi vida, por ello eres un ser especial e importante para mí, gracias por apoyarme y brindarme tu ayuda en cada momento que la he necesitado, te amo mi vida.

A mi hermano José Medina, que con sus palabras de aliento siempre me han servido para seguir adelante y no dejar que nada ni nadie detenga mis ganas de luchar y cumplir con mis Metas. Gracias por siempre estar a mi lado, compartiendo cada momento de mi vida y ser una excelente amiga, la mejor sin duda alguna; el cariño hacia a ti es inmenso hermano, nuevamente gracias.

A todo el resto de mi familia (Abuelos, Tías, Tíos y Primos), que de alguna u otra manera me han apoyado en este largo y gran camino para alcanzar esta hermosa meta. Muchas gracias, este logro también es por ustedes.

A mi compañero de tesis y gran amigo Antonio Gámez, que con palabras, apoyo y tolerancia hemos caminado juntos esta experiencia tan bonita por la Universidad de Carabobo, estando presente en diversos momentos de tristezas, alegrías y molestias. Muchas gracias por la tolerancia, el apoyo incondicional y por brindarme tu amistad, tanto en las buenas como en las malas. Espero que nuestra amistad continúe y crezca armónicamente.

A mis grandes amigas, Barbará Vegas, Gabriela Sánchez y Eloísa Díaz con quienes he aprendido el valor de una verdadera amistad. Gracias por sus consejos y por los ánimos que me dieron para seguir adelante, por compartir y recorrer este camino conmigo, por cuidar y fortalecer cada día esta amistad, ya que gracias a esa constancia, quiero celebrar y disfrutar este triunfo juntas. Se les quiere mucho amigas. Y también agradezco a todos mis compañeros de la Universidad con los que vi clases y compartí de una u otra forma.

A mi tutora Anais Marrero, por su valiosa colaboración, receptividad, orientación y desinteresada ayuda, quien con su paciencia, perseverancia y constancia me acompañó a transitar el camino para la elaboración de mi trabajo de grado. Con tu apoyo logré levantar las piedras del camino para hacer más fácil este sueño que hoy es una realidad. Gracias.

A la Universidad de Carabobo, y a todos los profesores de la misma, que a lo largo de la carrera me brindaron sus conocimientos, enseñanzas permitiéndome desarrollarme profesionalmente y fomentar en mis valores y principios éticos que son herramientas indispensables en nuestra vida y carrera profesional.

A todos mis más sinceros agradecimientos, hoy día que logro alcanzar una de mis metas. Gracias a todos por existir en mi vida y por cada instante de su compañía. Dios los bendiga a todos

Enrique



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



CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS DEL SECTOR PRIVADO UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO

Autores: Gámez, Antonio y Medina, Enrique

Tutora: Prof. Anais Marrero

Fecha: julio, 2015.

RESUMEN

Las organizaciones en la actualidad han ido cada vez más estructurando su gestión al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, contar con un programa para tal fin le proporciona un conjunto de ventajas competitivas a las mismas, todo esto por el cambio reciente y generalizado de las expectativas de los consumidores, quienes buscan ahora además de las características tradicionales que generalmente presentaban los productos y servicios, exigen organizaciones socialmente responsables para consumir sus productos o servicios. Por esta razón, los investigadores se propusieron realizar esta investigación con el objetivo de analizar los elementos de la Responsabilidad Social Empresarial en función de los desafíos organizacionales y laborales en una empresa de servicio del sector privado ubicada en Valencia estado Carabobo. Para tal finalidad se propuso un tipo de investigación descriptiva, mediante una modalidad no experimental de campo y documental, para lo cual se empleó una encuesta, por medio de la aplicación de un cuestionario a la población de 24 trabajadores del área administrativa de la empresa y una entrevista mediante una guía de entrevista al gerente de Recursos Humanos, como informante clave, así mismo, la revisión documental de la bibliografía permitió triangular los datos recabados conjuntamente con la información documental aportada por autores reconocidos. Entre las principales conclusiones, los investigadores determinaron que la empresa no posee un programa de Responsabilidad Social Empresarial, más allá de la aplicación de un proceso de reciclaje y el marketing responsable. Así mismo, entre otras cosas se recomendó dirigir esfuerzos para fomentar una cultura organizacional que incluya la Responsabilidad Social Empresarial como uno de sus fundamentos, para con esto involucrar a todos los trabajadores con la aplicación de las estrategias que se deben implementar, mediante la aplicación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial, Gestión de Recursos Humanos.



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



**COMPLIANCE WITH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
ACCORDING TO ORGANIZATIONAL AND LABOR CHALLENGES IN A
COMPANY OF PRIVATE SECTOR SERVICE LOCATED IN VALENCIA
CARABOBO**

Authors: Gámez, Antonio y Medina, Enrique

Tutor: Prof. Anais Marrero

Date: july, 2015.

ABSTRACT

Organizations today have been increasingly structuring their various efforts to fulfill corporate social responsibility, have a program for that purpose provides a set of competitive advantages to businesses, all for the recent widespread change the expectations of consumers, who are now looking beyond the traditional features that generally had the products and services, call socially responsible organizations to consume their products or services. For this reason, researchers set out to conduct this research in order to analyze elements of corporate social responsibility in terms of organizational challenges and labor in a company on private sector located in Valencia Carabobo state. For this purpose a type of descriptive research aimed, by a form of non-experimental and documentary field, for which the application of a survey of the population of 24 workers of the department of human resources in the company and an interview was necessary to general manager of the same department as a key informant, finally triangulate the data collected in conjunction with the documentary information provided by recognized authors. Among the key findings, the researchers determined that the company does not have a corporate social responsibility program for the department of human resources, beyond the implementation of a recycling process and responsible marketing. Likewise, among other things it recommended to direct efforts to promote an organizational culture that embraces social responsibility as one of its foundations, for with this involve all workers applying the prescribed strategies.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Human Resources Management

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Dedicatoria.....	vi
Resumen.....	x
Índice de Cuadros.....	xiv
Índice de Tablas.....	xv
Índice de Figuras.....	xvi
Introducción.....	17
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema.....	19
Objetivos de la Investigación.....	24
Objetivo General.....	24
Objetivos Específicos.....	24
Justificación de la Investigación.....	25
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO	
Antecedentes.....	28
Bases Teóricas.....	32
Teoría de Sistemas.....	33
Filosofía Organizacional.....	37
Elementos de la Filosofía Organizacional.....	39
Cultura Organizacional.....	43
Política Organizacional.....	45
Gestión de Recursos Humanos.....	47
La Responsabilidad Social Empresarial.....	51
Objetivos de La Responsabilidad Social Empresarial.....	56
La Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela.....	62
Bases Legales.....	63
Definición de Términos Básicos.....	66
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
Naturaleza de la Investigación.....	68
Estrategia Metodológica.....	70
Población y Muestra.....	74

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	75
Validez y Confiabilidad del instrumento.....	77

CAPITULO IV

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Información Clave.....	80
Información aportada por el Gerente de Recursos Humanos	80
Información Aportada por los Trabajadores del Área	
Administrativa.....	80
Situación Actual para el Cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.....	83
Orientaciones Actuales de Responsabilidad Social Empresarial.....	86
Pautas que se deben Seguir para Implementar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial.....	93
Triangulación.....	96
CONCLUSIONES.....	100
RECOMENDACIONES.....	102
LISTA DE REFERENCIAS.....	104
ANEXOS.....	108

ÍNDICE DE CUADROS

Nº CUADRO	Pág.
1. Jerarquía de Sistemas	35
2. Procesos de la gestión de recursos humanos.....	49
3. Cuadro Técnico Metodológico.....	71
4. Estructura de la Muestra.....	75
5. Triangulación para el Primer Objetivo Especifico.....	97
6. Triangulación para el Segundo Objetivo Especifico.....	98
7. Triangulación para el Tercer Objetivo Especifico.....	99

ÍNDICE DE TABLAS

Nº TABLA	Pág.
1. Situación Actual del Programa de Responsabilidad Social Empresarial.....	83
2. Situación Actual de la Organización.....	85
3. Orientaciones respecto a las Estrategias de Formación y Desarrollo.....	86
4. Orientaciones respecto al Marketing Responsable.....	88
5. Orientaciones Respecto al Medio ambiente.....	89
6. Orientaciones Respecto al Apoyo a la Comunidad.....	90
7. Orientaciones Respecto a los Valores Éticos de la Organización.....	91
8. Puntos Claves a tener en Cuenta para Diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial.....	93
9. Estrategias se debe llevar a cabo la Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la Empresa.....	94
10. Trabajador que debe Encargarse de la Supervisión y Verificación del Programa de Responsabilidad Social Empresarial.....	95

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº FIGURA	Pág.
1. Modelo general de la organización como un sistema abierto	36

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial ha pasado en poco tiempo de ser desconocida, luego aplicada por grandes transnacionales, hasta llegar a ser una necesidad para todo tipo de organizaciones sin importar el tamaño, esto ha sido impulsado por la conducta de la sociedad en general, que ha cambiado sus preferencias habituales por unas más exigentes, fijando su atención no sólo en el producto o servicio que se le ofrece, sino en la empresa y en sus métodos habituales, políticas e intereses por los factores generales de la sociedad, identificando de esta manera a las organizaciones socialmente responsables.

En una empresa de servicios del sector privado, ubicada en el estado Carabobo, los investigadores han observado la poca o ineficiente aplicación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, es por ello que se plantearon analizar su cumplimiento mediante esta investigación. En este sentido el presente trabajo consta de las siguientes partes:

Capítulo I: Donde se plantea el problema de manera objetiva, tratando de establecer la situación observada respecto a la aplicación de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, así como la importancia que puede llegar a tener la implementación de un programa para tal fin; También se presenta una serie de interrogantes que sirven de orientación para el desarrollo de la investigación; se formulan los objetivos generales y específicos del estudio; y adicionalmente se justifica la investigación.

Capítulo II: En el cual se hace referencia a los antecedentes de la investigación, que comprenden un conjunto de tesis de grado que guardan relación con la Responsabilidad Social Empresarial como variable objeto de

estudio; conjuntamente con las bases teóricas desarrolladas por diferentes autores reconocidos que permiten fundamentar el conocimiento que los investigadores ponen en práctica para la realización del estudio; adicionalmente de las bases legales, las cuales en su conjunto, conllevan a la formulación del marco conceptual; y finalmente la definición de los términos básicos que se utilizaron durante toda la investigación.

Capítulo III: El cual se refiere al tipo de investigación, aplicando para ello una metodología avanzada en un modelo de investigación tanto cualitativa como cuantitativa, de tipo descriptivo y con un diseño de campo; indicando también las técnicas para la recolección de la información, la población y la muestra a la cual se le aplicó el instrumento de recolección de datos. En esta fase además, se presentó la operacionalización de las variables con la finalidad de alcanzar los objetivos específicos planteados.

Capítulo IV: Consta de la presentación y el análisis de los resultados, en donde se interpreta y analiza la información recabada, que arroja el método de investigación utilizado; abordando los tres primeros objetivos específicos planteados, mediante su descomposición en unidades más sencillas, como variables, indicadores e ítems, los cuales fueron interpretados, en función de analizar la Responsabilidad Social Empresarial, posteriormente, se realizó la triangulación de los datos recolectados y la información documental de autores especialistas en la materia.

Finalmente, se presentaron las conclusiones y recomendaciones de la investigación, que a su vez permitieron alcanzar el cuarto objetivo específico referente a las recomendaciones pertinentes para implementar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa objeto de estudio.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Actualmente en el mundo, se han venido presentando una serie de cambios no sólo en lo económico, sino también en lo tecnológico y social, la existencia de este orbe postmoderno ha interconectado culturas, sin tomar en cuenta fronteras, creando un entorno globalizado que exige de las organizaciones mayor disposición al cambio, capacidad de adaptación al mismo, así como también una actitud abierta a la interrelación entre ellos. Es por ello, que las empresas que no poseen la capacidad de respuesta ante los cambios del medio en que operan, pueden ver comprometida su continuidad en los mercados.

Venezuela, ha sido afectada por una serie de cambios estructurales en lo político, económico, social y cultural que han desencadenado modificaciones en el ámbito empresarial. Por lo cual, desde hace algunos años se ha hecho sentir en las organizaciones la presencia de la Responsabilidad Social Empresarial, donde existe una participación importante de la gestión de recursos humanos en su desarrollo.

Para esto, las empresas que implementan y desarrollan la Responsabilidad Social Empresarial, ejecutan la misma en diversos departamentos o simplemente los programas son llevados a cabo por una sola persona. En tal sentido, se está colocando a la vanguardia de las estrategias empresariales, reflejando cambios radicales en los lugares de trabajo, representando una nueva realidad competitiva.

Se puede decir entonces, que se está pasando de una organización responsable, con el ambiente, la sociedad y la economía, a un virtuosismo de responsabilidad que lidera el futuro de las empresas; esto se debe a que los consumidores y usuarios establecen mayores niveles de aceptación a las empresas socialmente responsables, como lo aseguran Pelekais y Aguirre (2008:95), quienes indican que la Responsabilidad Social Empresarial “cada vez es más importante para la competitividad de las empresas, en consecuencia, las que logran ser socialmente responsables son más atractivas para los clientes, para los empleados y para los inversores.

Además. Todo este cambio se ha venido dando gracias a la presión ejercida por la globalización, conscientes de este escenario, los organismos internacionales están reaccionando frente al tema de Responsabilidad Social Empresarial. Ahora bien, la Organización Internacional del Trabajo (OIT), en diversos países está realizando campañas para adoptar una metodología, llamada balance social, para que los empresarios puedan medir sus acciones en beneficio de los trabajadores, clientes, proveedores y todo el entorno humano que genera una empresa.

De igual forma, la Organización de las Naciones Unidas (ONU) lanzó la iniciativa bajo el nombre de global compact (pacto global) permitiendo que las acciones de responsabilidad social se coloquen a la cabeza de las estrategias de una multitud de empresas y gobiernos en el mundo. En este sentido, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una visión de negocios que integra en la gestión organizacional de forma armónica el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente.

Así mismo, la Responsabilidad Social Empresarial no trata fundamentalmente sobre el desarrollo de nuevas actividades sociales, sino sobre el desarrollo de una nueva estrategia de la empresa que se complementa con su modelo de negocios y que refleja sus valores. Por consiguiente, para que la Responsabilidad Social Empresarial sea básica en la empresa, debe ser tratada como un caso de negocios, ya que, al combinar ganancias con principios, la Responsabilidad Social Empresarial crea situaciones siempre ventajosas para la empresa y para la sociedad; al respecto, El Libro Verde de la Comisión Europea (2001), señala que:

La Responsabilidad Social Empresarial en dos dimensiones, compuesta por una dimensión externa que señala las prácticas responsables que en lo social va más allá de los trabajadores y accionista, involucrando así a la comunidad local, proveedores, consumidores, derechos humanos y a los problemas ecológicos mundiales entre otros. Una segunda dimensión interna que describe las prácticas responsables que en lo social afectan en primer lugar a los trabajadores. (p. 83)

En la cita antes expuesta, se habla de las dimensiones por el alcance de la Responsabilidad Social Empresarial, las cuales se ven afectadas de una manera u otra por las prácticas socialmente responsables, ya que deben actuar de manera holística involucrando no sólo la empresa sino trabajadores, proveedores, clientes, derechos humanos y los problemas ecológicos mundiales entre otros, de esta manera se puede decir que una empresa es socialmente responsable al lograr que todos los factores que se involucran puedan ser cubiertos por dichas prácticas; de igual manera, Deres en su Manual de Primeros pasos de Responsabilidad Social Empresarial (2004), establece:

Que el éxito de la RSE se basa en el diálogo con un amplio abanico de "grupos de interés" (trabajadores, comunidad, proveedores, Estado, Medios, etc.), con el objeto de colaborar significativamente con la creación de valor. De esta forma, las empresas pueden cumplir con las expectativas y anticipar los riesgos y, con ello, reducir costos y ser más exitosas. La RSE también es la respuesta comercial al desafío del desarrollo sostenible, abarcando responsabilidades sociales, ambientales y económicas, aunque el éxito en cualquiera de estas áreas no se puede lograr a costa de otra de ellas. (p. 96)

Resulta sencillo observar la Responsabilidad Social Empresarial como la integración entre las operaciones comerciales de una organización y las preocupaciones sociales, lo que ha podido incorporar nuevas concepciones organizacionales. A este respecto, el proceso de desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial en una empresa es un camino que debe recorrerse paso a paso y de acuerdo a los tiempos propios de cada organización.

Se debe destacar, que las acciones que las empresas realizan y se enmarcan en la Responsabilidad Social Empresarial, comprenden lo relativo a los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente, las siguientes 5 áreas de Responsabilidad Social Empresarial, son evaluadas como indicadores del grado de desarrollo de una empresa, de acuerdo con el Manual Deres (2004:98). “a) Valores y Principios Éticos; b) Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo; c) Apoyo a la Comunidad; d) Protección del Medio Ambiente; y e) Marketing Responsable”

En Valencia, Estado Carabobo, existe una empresa privada dedicada a la elaboración de material publicitario y el diseño de imagen corporativa, con

más de 10 años de creación y un gran auge desde sus inicios, cumpliendo además con la estabilidad laboral de su personal, sin embargo la situación referente al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, en términos de medio ambiente, economía y sociedad, no está bien definida, a pesar de que esta es una estrategia que le permitiría influir de manera positiva en el entorno donde se involucra.

De acuerdo a las características de los servicios publicitarios que presta la empresa, la integración social y cumplir con algún parámetro preestablecido de cumplimiento de Responsabilidad Social Empresarial, resulta complejo ya que la organización no implementa ningún programa especificado para tales fines, por lo que actualmente se están generando inquietudes respecto a la necesidad de establecer estrategias para tal fin por parte de los directivos.

Inicialmente se considera oportuno determinar hasta qué punto está comprometida la empresa con ellos mismos y el mundo que los rodea; para posteriormente aplicar los cambios y mejoras pertinentes a través de estrategias que le permitan obtener beneficios a la organización. Es por ello que es muy importante determinar la situación actual que presenta la organización respecto a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, conjuntamente con la revisión de los posibles cambios que se pueden implementar para finalmente desarrollar un programa de Responsabilidad Social Empresarial. Por tal motivo los investigadores se formulan las siguientes interrogantes que le dan origen a la investigación:

¿Cuál es la situación actual que presenta una empresa de servicios, ubicada en Valencia estado Carabobo, para el desarrollo de un programa de Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cuáles son las orientaciones actuales de Responsabilidad Social Empresarial que posee la organización?

¿Qué pautas debe seguir la organización, con la finalidad de desarrollar un programa de Responsabilidad Social Empresarial para que atienda los desafíos organizacionales y laborales?

¿Cuáles son las recomendaciones que permitirán facilitar la el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar los elementos de la Responsabilidad Social Empresarial en función de los desafíos organizacionales y laborales en una empresa de servicio del sector privado ubicada en Valencia Estado Carabobo.

Objetivos Específicos

Diagnosticar la situación actual de la organización para el desarrollo de un programa de Responsabilidad Social Empresarial.

Determinar las orientaciones actuales de Responsabilidad Social Empresarial.

Identificar las pautas que ha de seguir la organización para implementar un programa de Responsabilidad Social Empresarial.

Elaborar recomendaciones que faciliten el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

Justificación de la Investigación

Las nuevas tendencias mundiales han generado espacios aceleradamente transformadores que marcan el nacimiento de una nueva era, basada en el procesamiento de información y el conocimiento, inducido por el proceso de la globalización y crecientes cambios tecnológicos, que ha producido transformaciones en diferentes patrones sociales, culturales, económicos, políticos y organizacionales, impulsando al individuo a encontrar nuevos e innovadores paradigmas para explicar su identidad total, dándole una mayor participación integral del trabajador dentro de la empresa y siendo el componente humano el factor determinante que mueve las organizaciones.

Adicionalmente, este movimiento ha impulsado a las empresas a buscar nuevas formas de organización, con mejores mecanismos de eficiencia y productividad a sus trabajadores, orientándose a la búsqueda de aumentar el crecimiento organizacional para así poder ser más competitivas. Es por ello, que la Responsabilidad Social Empresarial viene creciendo aceleradamente desde hace varias décadas, teniendo una importancia significativa en los países desarrollados y cada vez con más fuerza en los países latinoamericanos.

Partiendo de una sociedad industrializada y globalizada como es la venezolana y tomando en cuenta la gran participación que tiene la inversión extranjera en la riqueza generada en el país, se viene desarrollando el tema

de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones como una visión de negocios que integra a la gestión de la empresa, el respeto por los valores, principios éticos, por los trabajadores, la comunidad, y el medio ambiente.

La organización deberá garantizar a través de la gestión de Recursos Humanos una conexión con el trabajador a lo interno y a lo externo para generar una cultura basada en el bienestar del hombre y la sociedad. Lo que significa trascender de una visión económica y una gerencia cuantitativa a una gerencia social capaz de identificar las potencialidades reales de cambio.

En este mismo orden de ideas, la investigación permitirá a la organización objeto de estudio buscar mejoras y transformaciones en cuanto a programas de Responsabilidad Social Empresarial, obteniendo como resultado un mejor posicionamiento en el mercado, mejores beneficios económicos, sociales, ambientales, fortalecimiento de los valores y un mayor compromiso con la sociedad.

Para la academia, la investigación representa un aporte a la línea de investigación Gestión de Personas, adscrita al Laboratorio de Investigación y Estudios del Trabajo (LAINET), como contribución a la producción intelectual de la Universidad de Carabobo, demostrando el vínculo existente entre esta casa de estudios y el entorno laboral, como una de las funciones sociales de la Educación Superior; así mismo servirá como aporte a futuras investigaciones que se realicen en el área de Relaciones Industriales.

Para los investigadores, el estudio permitirá vincularlos con una situación innovadora, de la realidad organizacional y laboral, poniendo a prueba los

conocimientos obtenidos en los estudios de Pregrado y fortaleciéndolos al mismo tiempo, así como permitirá poner en práctica una herramienta básica para el ejercicio de las Relaciones Industriales, como lo es la aplicación del método científico para solucionar problemas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Antecedentes

Partiendo de la concreción y profundidad del estudio, el punto de partida para construir un marco de referencia lo constituye el conocimiento previo de los fenómenos que se abordan, así como las enseñanzas que se extrajeron del trabajo, a lo cual, se hace necesario establecer investigaciones previas efectuando la revisión de literatura especializada sobre la Responsabilidad Social Empresarial, en materia de conceptos, leyes, y responsabilidades. Luego de haber hecho una búsqueda minuciosa, profunda, documentada de antecedentes relacionados con tendencias similares que contienen un gran aporte para la investigación y la comprensión del objetivo principal, se presentan los siguientes antecedentes;

Inicialmente Bastidas, Ortiz y Peña (2014), en su investigación **Gestión de Responsabilidad Social de una Empresa Manufacturera Dedicada a la Fabricación de Pulpa, Papel, Cartón y Empaques, Ubicada en la Zona Industrial Sur Municipio Valencia, Estado Carabobo: Desarrollo y Alcance**. Trabajo de grado presentado ante la Universidad de Carabobo para optar al título de Licenciados en Relaciones industriales.

El trabajo tuvo como finalidad evaluar el desarrollo de la gestión de responsabilidad social que lleva a cabo una empresa Manufacturera dedicada a la fabricación de pulpa, papel, cartón y empaques ubicada en la Zona Industrial Sur Municipio Valencia, Edo. Carabobo a fin de proponer recomendaciones que contribuyan al éxito de su gestión. El estudio se enmarcó en una investigación descriptiva con un diseño de campo,

sustentada en una revisión documental, los investigadores trabajaron con una población de tipo finita conformada por 8 empleados claves de la organización.

En referencia a los aportes a esta investigación, el trabajo expuesto anteriormente, proporciona a los investigadores un modelo válido de estudio basado en el análisis de la gestión de Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones, sirviendo de base documental y teórica, en función de establecer la contextualización de los términos relevantes, además de una guía metodológica que permita la consecución de los objetivos.

De igual forma, Mejías y Paredes (2013), realizaron una investigación titulada: **Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental en KIA**. Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Negocios presentado ante la Universidad San Buenaventura, en Santiago de Cali, Colombia.

El trabajo tuvo como propósito diseñar e implementar una propuesta de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que cumpla con las expectativas de la empresa KIA conteniendo programas dirigidos al bienestar de la comunidad, incentivando la capacitación y socialización, contribuyendo así en la gestión de Responsabilidad Social Empresarial que involucre directivos y trabajadores. Las recomendaciones hechas fueron la de analizar los resultados obtenidos con los indicadores generados, también ampliar su aporte para la inversión social en Responsabilidad Social Empresarial, además de crear conciencia social a través de la capacitación.

Es importante resaltar que a lo largo de la investigación mencionada, hubo un desarrollo en la acción y dirección por parte de los directivos, alta gerencia de la empresa así como de todos los trabajadores para transmitir este enfoque, programas y políticas, reafirmando el compromiso unificado de la empresa y los trabajadores, relacionando esta estrategia con la propuesta a emanar un programa integral de Responsabilidad Social Empresarial desde la planificación de RRHH, que involucre todo el entorno interno y externo de la organización.

El presente antecedente tiene como aporte a la investigación que los autores basaron su estudio en la propuesta de un programa de Responsabilidad Social Empresarial que cumple con las expectativas estratégicas de la organización, mejorando su funcionamiento de manera integral y generando bienestar tanto para sus trabajadores como para la sociedad en general.

García y Rico (2012) por su parte desarrollaron una investigación titulada: **Prácticas que utilizan los gerentes para motivar a su personal desarrollando estrategias dentro de la cultura organizacional, propiciada por la Gestión de Recursos Humanos.** Trabajo de grado para optar al título de Relaciones Industriales presentado en la Universidad de Carabobo, el trabajo tuvo como objeto analizar las prácticas que utilizan los gerentes para motivar al personal, desarrollando estrategias dentro de la cultura organizacional, propiciada por la Gestión de Recursos Humanos y así influir en la nueva cultura organizacional en forma óptima a través de recomendaciones y acciones a desarrollar por el departamento.

En la investigación se concluye que el fundamento en la Gestión de Recursos Humanos está ligada a la estrategia de la empresa y sus trabajadores; la clave para el éxito de la empresa se basa en la motivación del personal como estrategia para crear cultura organizacional y que a su vez esta genere beneficios productivos tanto en el nivel personal como en la organización. Cabe destacar que las organizaciones tienen que regirse por sistemas sociales que le permitan producir estrategias en las que se beneficien también los gerentes y sus trabajadores, de esta manera el triunfo y los fracasos dependerán de la visión y gestión emprendida por sus líderes.

Por tal motivo, la investigación aporta toda una perspectiva teórica acerca de la importancia de la cultura organizacional, como mecanismo para implementar cambios organizacionales tales como la implementación de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, que fue el objeto de estudio en esta investigación.

Pérez y Yopez (2010) realizaron una investigación titulada: **Gestión de Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de Negocio de una empresa metalúrgica ubicada en Valencia, Edo Carabobo**. Trabajo de grado presentado en la Universidad de Carabobo, para optar al título de Licenciado en Relaciones Industriales, cuyo objetivo fue analizar la gestión de Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de negocios en la empresa productos de aceros “La Migal” C.A ubicada en Valencia Estado Carabobo, siendo esta una investigación descriptiva con apoyo documental.

Se concluyó que una organización que informe e involucre a los trabajadores y a la alta gerencia en sus planes de gestión social tanto como

en lo interno de la empresa y a lo externo, mantiene una cultura empresarial que permite alcanzar su misión de negocio. De esta manera se detectó que hay factores de satisfacción laboral presentes en la empresa como la comunicación afectiva, beneficios socioeconómicos e incentivo al trabajo.

La formación académica de los trabajadores, el apoyo individual, desarrollar la dimensión ética y moral, estimular y reconocer la sugerencia de los trabajadores, dar a conocer los planes de carreras de la organización y lograr que se involucren los altos directivos de la organización, esto como recomendación en el desarrollo de la Gestión de Responsabilidad Social Empresarial, como estrategia de negocio.

El aporte de esta investigación al estudio fue en materia teórica, representando un basamento documental que sustenta la idea de que las organizaciones. al promover y desarrollar la Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia innovadora, genera competitividad respecto a las nuevas tendencias inducida por la globalización, que ha traído consigo la transformación de patrones organizacionales establecidos, dándole protagonismo a la gestión humana y aumentando la inversión social.

Bases Teóricas

Las bases teóricas constituyen el corazón del trabajo de investigación, pues es sobre estas que se construye el mismo. Una buena base teórica representa una estructura sobre la cual se diseña el estudio. Sin la misma todo instrumento diseñado o seleccionado carecerá de validez.

En este sentido, según Palella y Martins (2006:67), las bases teóricas “son el soporte principal del estudio parte de la investigación, es de gran importancia por cuanto permite ubicar, dentro de un contexto de ideas y planteamientos, el estudio que se aspira a realizar”. Estas comprenden un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque bajo el cual se desarrolla la investigación, dirigido a explicar el problema planteado, y permiten desarrollar los aspectos conceptuales del tema objeto de estudio.

Teoría de Sistemas

Un sistema es un todo que consiste de dos o más partes y cada una de las cuales puede afectar el desempeño o las propiedades del todo. Ninguna de ellas puede tener un efecto independiente sobre el todo y ninguno de los subgrupos puede tener un efecto independiente en el todo. Se puede decir entonces que un sistema es un todo que no puede ser dividido en partes o subgrupos independientes. Al respecto, Zapata, y Otros (2008) establecen una distinción entre los sistemas abiertos y cerrados y cuál sería su aplicabilidad a las ciencias sociales:

Los sistemas físicos y mecánicos pueden ser considerados como cerrados en cuanto a su relación con su ambiente. Por tanto los primeros tres niveles en la jerarquización de bowling se refieren a sistemas cerrados; en tanto que los sistemas biólogos y sociales no son cerrados, sino que se encuentran en constante interacción con su medio ambiente. Este enfoque del fenómeno social y biológico como sistema abierto, tiene una profunda importancia para las ciencias sociales y la teoría organizacional. La teoría tradicional supone que la organización es un sistema cerrado, mientras que el enfoque moderno la considera

un sistema abierto en interacción con su ambiente.
(p. 7)

Lo que rodea a cualquier sistema cuenta de un juego de variables que pueden afectar el comportamiento del sistema, entre los sistemas sociales encontramos a las organizaciones, instituciones y la sociedad los cuales tienen un propósito propio, y que forman parte de sistemas mucho más grande que también tienen propósitos propios.

En tal sentido, las estructuras sociales o sistemas de organizaciones humanas son sistemas abiertos, para los efectos Zapata y otros (2008:37) señalan que estos “importan y procesan elementos (energía, materia, información) de sus ambientes y esta es una característica de todos los sistemas vivos”, por esta razón los sistemas están en constante correspondencia con el entorno, En este mismo orden de ideas, Guízar (2008:84) establece que “por naturaleza todo sistema es adaptable y, por ende, se reajusta constantemente ante nuevos insumos o estímulos ambientales”, lo que favorece al equilibrio, evolución y continuidad para su existencia, por este motivo los sistemas son adaptables y están en contaste variación porque siempre estarán afectados por el medio ambiente y los insumos.

En lo que refiere a la escala de jerarquización Zapata y otros (2008:37) citan a Kast y Rosenzweig quienes presentan un cuadro en base a la idea de complejidad creciente, partiendo desde los más simples para llegar a los más complejos, definiendo nueve niveles, lo que permitirá establecer una visión mucho más amplia sobre esta escala y su relevancia en los sistemas, resaltando las estructuras sociales o sistemas de organizaciones humanas

Cuadro N° 1. Jerarquía de Sistemas

Nive	Nombre	Componentes y características	Clasificación
1	Estructuras estáticas	Denominado también nivel de los marcos de referencia; por ejemplo la anatomía del universo, el modelo de los electrones del átomo	Sistemas físicos o mecánicos: Proporcionan las bases del conocimientos, en las ciencias físicas (física, astronomía, entre otras)
2	Sistemas dinámicos simples	Considera movimientos necesarios y predeterminados. Se puede denominar reloj de trabajo. Por ejemplo, el sistema solar.	
3	Sistemas cibernéticos o de control	Puede usarse el nombre de nivel <i>termostato</i> . El sistema es autorregulable para mantener su equilibrio. Por ejemplo., el termostato.	
4	Los "sistemas abiertos" o auto estructurados	La vida se comienza a diferenciar de inanimación; puede denominársele nivel <i>célular</i> . Por ejemplo, las células.	Sistemas de estudios biológicos (biología, botánica, zoología)
5	Sistema genético-social	Caracterizado por las plantas, domina el mundo empírico de los botánicos.	
6	Sistema animal	Se caracteriza por su creciente movilidad, Comportamiento teleológico y su autoconciencia.	
7	Sistema Humano	Es el del ser individual, considerado como un sistema con conciencia y habilidad para utilizar el lenguaje y los símbolos.	Sistemas humanos y sociales, se refieren a las ciencias sociales así como las artes, humanidades y religión
8	Las Estructuras Sociales o sistemas de organizaciones humanas	Considera el contenido y significado de mensajes, la naturaleza y dimensiones del sistema de valores, la transcripción de imágenes en registros históricos, sutiles simbolizaciones artísticas, música, poesía y la compleja gama de emociones humanas. Por ejemplo, una empresa.	
9	Los sistemas Trascendentes	Los últimos y absolutos, los ineludibles y desconocidos, los cuales también presentan estructuras sistemáticas e interrelaciones	

Fuente: Zapata, Murillo, Martínez, González, Salas, Ávila y Caicedo (2008)

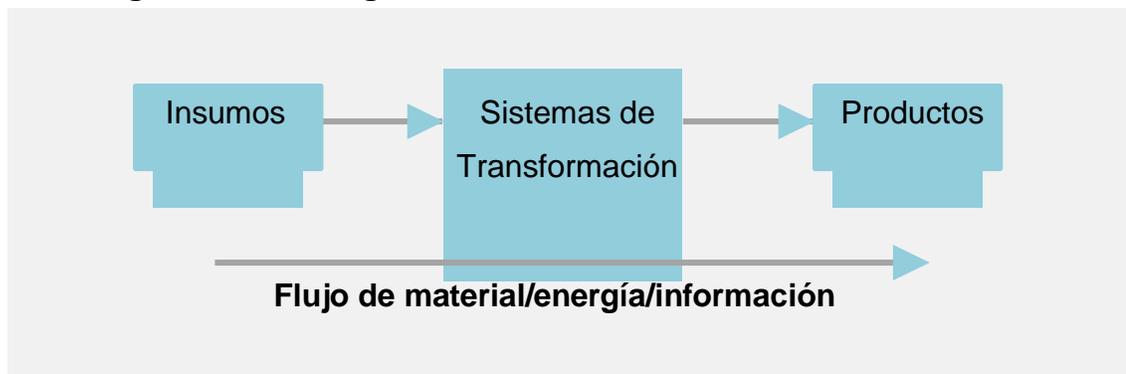
En el mismo orden de ideas, las fuerzas externas afectan el funcionamiento de las organizaciones y a su vez permite entender su comportamiento interno. Según Guízar (2008:87) "las organizaciones son

afectadas por la disponibilidad de materia prima, la demanda de los clientes y las regulaciones gubernamentales”.

De esta manera se puede decir entonces que las organizaciones son sistemas abiertos propensos a ser afectados por los cambios que se puedan generar en otros sistemas o subsistemas, considerando en principio tres aspectos según Guízar: “entradas (inputs), operaciones y salidas (outputs)”;

sin embargo también será importante que este proceso cuente con “retroalimentación o feed-back” para de esta manera hacer seguimiento y constatar que todas las fases del proceso se están realizando debidamente, Tal como queda representado en el Gráfico N° 1.

Figura N° 1.
Modelo general de la organización como un sistema abierto



Fuente: Zapata, Murillo, Martínez, González, Salas, Ávila y Caicedo (2008)

Entendiendo el funcionamiento del sistema como un todo integrado y como se ven afectados por las condiciones que las rodean así mismo se puede ver la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones, ya que en este mismo sentido donde el patrono solo puede pensar en lo económico al no ver a su organización como una entidad socialmente responsable además de ver el impacto de sus acciones en la sociedad y en

la empresa, por esta razón se toma a la teoría de sistemas como punto de partida.

Filosofía Organizacional

Dentro de cualquier organización existen “modos” determinados de abordar situaciones comunes, básicamente son las características regentes en las empresas acerca de cómo hacer las cosas. El concepto de filosofía organizacional ha sido tratado por muchos autores, pero para fines prácticos de esta investigación se tomará en cuenta la definición que aportan Mintzberg y Quinn (2003) al expresar que:

La filosofía organizacional identifica *la forma de ser* de una empresa, también se habla que la cultura de la empresa tiene que ver con los principios y valores organizacionales, todo ello es tanto como decir que es *la visión compartida* de una organización (p. 85)

De acuerdo a lo anterior, existen en la filosofía organizacional elementos como la cultura de la misma, conformada a su vez por principios y valores. Por su parte, Páez (2004) aporta otra definición al mencionar que:

Es la estructura conceptual que la organización define para orientar o inspirar el comportamiento de la organización y que responde a las cuestiones fundamentales de la existencia de la misma. La filosofía de la empresa representa la forma de pensar oficial de la organización (p.74)

La filosofía organizacional decanta en una cultura, una forma de hacer las cosas, dentro de toda empresa puede identificarse una cultura aparente, como lo es la establecida por la empresa, así como también una cultura

subyacente, que es aquella que se ajusta a la realidad pero no termina en casi todos los casos por ser totalmente apegada a los preceptos formales de la organización, esto ocurre porque las mismas están conformadas por personas, y en la interacción con motivos de trabajo es inevitable que influyan y modifiquen – positiva o negativamente – la identidad original que pretende la empresa.

Uno de los aspectos que más influye en estas modificaciones es el liderazgo existente en las organizaciones, en la mayoría de los casos influye en el comportamiento de las personas a nivel grupal e individual, lo que evidentemente tiene repercusión en lo que hacen y como lo hacen los liderados, en este sentido los líderes son piedra angular del alineamiento del personal con la filosofía organizacional. Sin embargo, esto no se construye de la nada, es necesario que se den algunas condiciones a partir de la voluntad directiva de una organización, tal como lo refieren Mintzberg, y Quinn (2003):

Para tener una filosofía organizacional sólida es necesario:

Aprender a trabajar en equipo, es un punto muy importante porque como dice una frase que es de dominio público: "Varias cabezas piensan mejor que una", el resultado que se puede obtener puede ser mucho mejor que el que se podría obtener de forma individual.

Retribuir según los resultados. Muchos empresarios ven con tanta facilidad el recortar su personal y los gastos, sólo con el único fin de maximizar sus ganancias, pero tenemos que visualizar el fin social, no sólo ver a los empleados como cantidades de dinero o ganancias, sino como personas que valen y que forman parte importante de la empresa. (p. 104).

Especialmente el trabajo en equipo mencionado, es precisamente donde el liderazgo es preponderante y esencial para que los trabajadores practiquen los principios derivados a partir de la filosofía organizacional, todo esto bajo la guía de líderes con ética, y que compartan para su expansión hacia sus liderados los elementos contemplados en dichos preceptos.

Elementos de la Filosofía organizacional

Entre este conjunto de valores, prácticas y creencias, que conforman la filosofía de la organización y son la razón de ser de la empresa, en función de representar el compromiso de la organización ante la sociedad, existen unos elementos claves, para el desarrollo y competitividad de las organizaciones, es por ello que se presentan a continuación:

Misión Organizacional. Todo organismo intrínsecamente se dice que tiene una misión, en cuanto a las organizaciones estas establecen que son y a que se dedican mediante un enunciado que por lo general es corto, pero significativo. Mintzberg, y Quinn (2003:118) indican que “la misión describe el propósito de la empresa, esto es, su razón de ser”, por lo tanto, la declaración de misión tiene efectos en toda la organización, tal como lo refiere Páez (2004):

La declaración de la Misión determina claramente el futuro de la organización y establece las bases para la toma de decisiones en la misma. La misión, por tanto, servirá para identificar a la empresa con sus clientes y con su comunidad, de forma que lo que hace sea algo que la distinga de las demás (p. 81).

Se puede decir entonces que la misión es un aspecto esencial, y que es un cuerpo casi dogmático de las organizaciones, en el cual toman criterios básicos que se traducen en las prácticas del día a día, por esto es que los líderes deben conocer adecuadamente la misma para así estar alineados y ejecutar sus funciones de acuerdo a lo esperado, además de influir para que el resto de los trabajadores efectivamente asuman la misión como el deber ser y se traduzca en sus acciones cotidianas.

Visión Organizacional. La visión es el resultado de los sueños en acción, Páez (2006:214) “en las empresas, la Visión es el sueño de la alta administración, visualizando la posición que quiere alcanzar la empresa en los próximos 5, 10 o 15 años”. Se centra en los fines y no en los medios, lo cual indica que lo importante es el punto a donde se quiera llegar, no como llegar ahí. La visión es una determinación de un punto a alcanzar, Mintzberg, y Quinn (2003) señalan que:

La Visión debe ser idealista, positiva y lo suficientemente completa y detallada; debe tener alcance, de forma que todos en la empresa conozcan cuál será su contribución al logro de esta visión. Además, deberá transmitir fuerza y profunda inspiración a la organización ya que de ésta dependerá el éxito. Deberá ser desafiante y justificar el esfuerzo (p. 130).

Como resalta el autor, la visión es un precepto del ideario de la alta gerencia, en función de impulsar a toda la organización hacia una mejor posición en un tiempo determinado, es a donde se quiere llegar mediante al esfuerzo diario.

Valores Organizacionales. En las organizaciones existen valores y principios que forman parte del acuerdo constitutivo de las mismas, estas capacidades influyen tanto en el desarrollo humano de sus integrantes como también en el crecimiento de la organización, los valores son un marco de referencia que no se pueden dejar de lado a la hora de tomar decisiones técnicas cuya racionalidad es necesariamente limitada.

Es por ello, que los directivos además de los propósitos de la organización deben aceptar que los juicios de valor no son factores colaterales o marginales, sino partes constitutivas de sus procesos decisorios, los valores precisan los comportamientos que deben caracterizar a los miembros de la organización, ya que las organizaciones exitosas serán aquellas que sean capaces de reconocer y desarrollar sus propios valores basados en su capacidad de crear valor a través de la creación de conocimiento y su expresión.

Tal como indica Quigley (1996:16) los valores organizacionales son “pautas mediante las cuales una corporación exhorta a sus miembros a tener comportamientos conscientes con su sentido de orden, seguridad y desarrollo”, estos son la esencia de la filosofía que la empresa tiene para alcanzar el éxito. Según Ruiz, Guzmán y De la Rosa (2009):

La internalización de los valores organizacionales, implica que el individuo se identifica con la empresa y, es compromiso de la gerencia mantener informado al colectivo organizacional del quehacer diario, lo que la organización propone como beneficioso, correcto o deseable; asimismo, el colectivo organizacional podrá tomar decisiones considerando la escala de valores del individuo. (p.59)

Los valores organizacionales deben ser un pensamiento universal que resalte la importancia de esparcir en los trabajadores una fuente de inspiración para el trabajo y por tanto son los líderes de la organización los encargados de motivar al personal a seguir esta filosofía. Es por esta razón que Deal y Kennedy (1996) afirman:

Como los valores organizacionales pueden tener una poderosa influencia en lo que hacen las personas, creemos que debe interesar mucho a los gerentes (...) en nuestro trabajo y en nuestros estudios encontramos que las compañías que tienen éxito ponen mucho énfasis en los valores. (p.356)

Esto tiene relación con lo que alega Newstron (1985:321) quien considera que “Los valores organizacionales determinan si la organización tendrá éxito, cuando los miembros de la organización comparten una serie de valores unidos a un sentido común de propósito o misión, pueden tener resultados extraordinarios para la misma”. Se puede decir que para ambos autores uno de los ingredientes básicos para alcanzar el éxito es precisamente la influencia positiva que los valores puedan generar dentro de la empresa ya que estos indican lo que es importante para todos los implicados y los que le dan vida a la organización, como se debe actuar, cuales son las prioridades y así otros parámetros más que son útiles para el logro de objetivos.

Deal y Kennedy (1996:21), realizan un importante aporte al estudio de los valores organizacionales cuando mencionan que estos “proporcionan un sentido de dirección común para todos los empleados y establecen directrices para su comportamiento diario, por lo cual actúan como un sistema informal de control que indica a los empleados lo que se espera de

ellos”. Por lo tanto hablar de valor organizacional significa que este debe formar parte de las estrategias de una cultura orientada a la excelencia.

Cultura Organizacional

Cada organización posee una identidad clara que las distingue, que viene dada por su historia y un conjunto de eventos que han influido sobre la misma, hasta el punto de poderse considerar micro sociedades con su cultura particular. Por su parte, Robbins (2004), plantea:

La idea de concebir las organizaciones como culturas (en las cuales hay un sistema de significados comunes entre sus integrantes) constituye un fenómeno bastante reciente. Hace diez años las organizaciones eran, en general, consideradas simplemente como un medio racional el cual era utilizado para coordinar y controlar a un grupo de personas. Tenían niveles verticales, departamentos, relaciones de autoridad, etc. Pero las organizaciones son algo más que eso, como los individuos; pueden ser rígidas o flexibles, poco amistosas o serviciales, innovadoras y conservadoras..., pero una y otra tienen una atmósfera y carácter especiales que van más allá de los simples rasgos estructurales. (p. 439)

De acuerdo a lo antes citado, al igual que en las sociedades existen un conjunto de rasgos propios dentro de cada organización, los cuales van más allá de la estructura organizacional, y que ciertamente, sirven de marco de referencia a los miembros de la organización y proveen las pautas de cómo las personas deben conducirse en ésta. En muchas ocasiones la cultura organizacional es tan evidente que puede observarse como la conducta de los individuos cambia en el mismo instante en que se encuentran dentro de una organización.

De esta manera, la cultura organizacional es la forma como una empresa mediante su evolución ha aprendido a manejar su entorno, son un conjunto de conductas que rigen el ambiente organizacional, mediante una mezcla de factores que determinan su cotidianidad, dentro de esta perspectiva Abravanel citado por Cantú (2000), define a la cultura organizacional como:

Un sistema de símbolos compartidos y dotados de sentido que surgen de la historia y gestión de la compañía, de su contexto sociocultural y de sus factores contingentes (tecnología, tipo de industria, etc.), estos importantes símbolos se expresan en mitos, ideología y principios que se traducen en numerosos fenómenos culturales tales como ritos, ceremonias, hábitos, glosarios, léxico, metáforas, leyendas, cuentos, arquitectura, emblemas, etc. (p. 93)

Ahora bien, la cultura organizacional tiene la particularidad de manifestarse a través de conductas significativas de los miembros de una organización, las cuales facilitan el comportamiento en la misma y se identifican a través de un conjunto de prácticas gerenciales y supervisoras, como elementos de la dinámica organizacional.

Así mismo, la cultura se fundamenta en los valores, las creencias y los principios que constituyen los cimientos del sistema gerencial de una organización, como también en el conjunto de procedimientos y conductas que sirven de ejemplo y refuerzan esos principios básicos. En consecuencia, la cultura organizacional depende en gran medida de la capacidad gerencial que posea la empresa y como se traspasen los valores que la identifican, de ello dependerá la actuación global y finalmente el logro de los objetivos organizacionales.

En este sentido, la cultura corporativa crea, y a su vez es creada, por la calidad del medio ambiente interno; en consecuencia, condiciona el grado de cooperación y de dedicación de los individuos dentro de una organización, por lo cual, la cultura corporativa es parte integral de la vida en las organizaciones y tiene importantes implicaciones para la acción gerencial. Precizando de una vez, la cultura organizacional es la fuente invisible donde la visión, misión, y metas adquieren su guía de acción, mediante ella se establece el compromiso del individuo con respecto a la organización, transmite un sentido de identidad a sus miembros y facilita la creación de un compromiso personal con algo más amplio que los intereses personales.

Con respecto a la importancia que reviste la cultura dentro de la organización, Serna (2003:198), comenta: “La cultura es la mayor fortaleza de una organización con sus estrategias y uno de los mayores errores que cometen los gerentes es separar la cultura de sus estrategias”, es evidente entonces, que el liderazgo dentro la organización debe estar orientado en función de la cultura y que de ella deben desprenderse las estrategias gerenciales.

En síntesis, la cultura organizacional se puede definir como todo aquello que identifica a una organización y al mismo tiempo la diferencia de otra, de forma que sus miembros se sientan parte de ella y se manejen bajo un mismo contexto de valores, creencias, reglas, procedimientos, lenguaje, rituales y ceremonias, con el fin de lograr los objetivos organizacionales.

Política Organizacional

La política organizacional según Schermerhorn, Hunt y Osborn (2005), esta contextualizada como:

La administración de la influencia tendiente a obtener fines no sancionados por la organización o a obtener fines sancionados por medio de medios no sancionados para ejercer la influencia... También, se puede tratar la política como una función necesaria que resulta de las diferencias de intereses de los individuos. Aquí se considera a la política organizacional, como el arte del compromiso creativo entre intereses encontrados. La política que se ejerce dentro de una organización implica el uso del poder para desarrollar fines y medios socialmente aceptados que equilibren los intereses individuales y colectivos” (p. 331).

Por lo tanto, la política organizacional se puede entender como el uso del poder que tiene la administración para direccionar ciertos aspectos que le proporcionen beneficios, afectando positivamente a todos los actores dentro de la empresa y en el marco de la legalidad. En este sentido, los fines de las políticas organizacionales, deben estar bien establecidos y ser del conocimiento de todos los trabajadores, para que se cumplan en el marco de la planificación estratégica.

Nuevamente Schermerhorn, Hunt y Osborn (2005), resaltan que la política afecta a la administración y a los gerentes dentro de la organización de la siguiente forma:

La política se presenta en situaciones de decisión en las que los intereses de otro gerente o individuo deben reconciliarse con los de él.

La política también incluye a las subunidades que manipulan para obtener el poder y posiciones ventajosas frente a frente unas con otras.

La política entra en juego como necesidad de recursos con los elementos del entorno exterior y que deben manejarse en forma estratégica.

Es el patrón de autoridad, influencia y comportamiento gerencial aceptables, establecido en la cima de la organización.

Se pueden desarrollar un sistema ético de dirección organizacional que esté libre de justificaciones. (p. 340).

De esta manera la política organizacional, ejerce gran influencia en los cargos altos, dado que las decisiones, las planificaciones y el comportamiento deben ir dirigidos a una idea ya establecida, sin dejar de lado las obligaciones y las gestiones tanto cotidianas como emergentes, que puedan dirección a el colectivo en la empresa bajo los mismos preceptos de la política organizacional.

Gestión de Recursos Humanos

En una sociedad compleja revisar el contexto de la gestión de los recursos humanos implica por sí misma la integración del trabajo colaborativo para el logro de los objetivos estratégicos de las organizaciones, ya que su competitividad están sustentadas por la gente, pues las personas son la clave estratégica del sistema empresarial; así lo considera Casassus (2000), quien indica que la gestión de talento humano es:

El Conjunto de diligencias que se realizan para desarrollar un proceso o para lograr un producto determinado, la cual se plantea como una función institucional global e integradora de todas las fuerzas que conforman una organización. En ese sentido, la gestión hace énfasis en la dirección y en el ejercicio del liderazgo. (p. 6)

Los sistemas de gestión han ido variando, con la finalidad de dar respuesta a la complejidad de los sistemas organizativos que se han ido adoptando, así como a la forma en que el comportamiento del entorno impacta sobre las organizaciones, y por tanto en la gestión de recursos humano, destacando que gestionar, es coordinar todos los recursos disponibles para conseguir determinados objetivos, implica amplias y fuertes interacciones fundamentalmente entre el entorno, las estructuras, el proceso y los productos que se deseen obtener

En toda gestión organizacional se le da relevancia a la gestión de los recursos humanos; ello por lo decisivo de este en la competitividad y en la supervivencia empresarial. Específicamente la función de recursos humanos tiene por esencia gestionar las personas que trabajan en la organización, que son seres sociales y portadores del conocimiento de forma que se puedan alcanzar las metas establecidas.

De esta manera, es muy importante cuidar las relaciones humanas, promoviendo en las personas las competencias, motivaciones y satisfacciones para conseguir el logro de los objetivos individuales y de la organización, además de atraer a los candidatos al puesto de trabajo que estén potencialmente calificados. Es importante señalar que la gerencia de recursos humanos es la piedra angular en el desarrollo de las organizaciones y para lograr el éxito de su gestión tendrán que estar alerta en cuanto a la cultura organizacional, la cual debe ser evaluada constantemente a través de prácticas gerenciales adecuadas de acuerdo a la estrategia.

Para Lledó (2009), la gestión de recursos humanos se distribuye entre los grupos de procesos de planificación y ejecución, de este modo, la

Gestión de Recursos humanos se conforma finalmente por 4 procesos, los cuales se pueden resumir como se muestra en el cuadro N°2:

Cuadro N° 2

PROCESOS DE LA GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

Proceso	Para empezar	Herramientas	Resultados
Desarrollar el plan de recursos humanos	Requerimientos de recursos para cada actividad	Organigramas y descripción de cargos. Creación de relaciones de trabajo. Teoría de la organización.	Roles y responsabilidades. Organograma. Plan para la dirección del personal.
Adquirir el equipo	Roles y responsabilidades. Organograma. Plan de recursos humanos. Ambiente.	Asignación previa. Negociación. Adquisición. Equipos virtuales.	Asignación del personal a las actividades del proyecto. Disponibilidad de recursos. Actualizaciones.
Desarrollar el equipo	Plan de gestión del personal. Personal Asignado. Calendario de recursos	Habilidades interpersonales. Capacitación. Actividades de desarrollo del espíritu del equipo. Reglas básicas. Reubicación. Reconocimiento y recompensas.	Evaluación del desempeño del equipo.
Dirigir al equipo	Personal asignado. Roles y responsabilidades. Organograma. Plan para la dirección de personas. Desempeño del equipo. Informes de desempeño del equipo.	Observación y conversación. Evaluación del desempeño. Gestión de conflictos. Habilidades interpersonales.	Solicitudes de cambio. Actualizaciones.

Fuente: Lledó (2009)

Ahora bien, la jerarquía de la gestión de los recursos humanos reside en que hoy la empresa debe dar contestaciones a las permutas experimentadas en la sociedad en general y del mundo laboral. Lo es para todos los gerentes, para todas las áreas no es bueno:

- Tomar a la persona equivocada;
- Tener alta rotación de personal o personal insatisfecho;
- Que la gente no esté comprometida;
- Que los empleados piensen que su salario es injusto;

- Que el personal no esté capacitado, o que estándolo en el momento de la incorporación, pierda luego su nivel.

Para sortear estos inconvenientes, los gerentes de todas las áreas deben tener buenas materiales y preocuparse de la calidad de vida de los trabajadores. Algunos elementos a considerar para una buena calidad de vida en el trabajo:

- Un trabajo digno
- Condiciones de trabajo seguras e higiénicas
- Pagos y prestaciones adecuadas
- Seguridad en el puesto
- Supervisión competente
- Oportunidades de aprender y crecer en el trabajo
- Clima laboral positivo

La administración de recursos humanos, la administración de personal o la gestión de recursos humanos como se le llama indistintamente se refiere según Chiavenato, citado por Cejas y Chirinos (2014), consiste:

En una serie de actividades que requieren planear, organizar, desarrollar, coordinar y controlar técnicas capaces de promover el desempeño eficiente del personal, planteando al mismo tiempo que la organización es el medio mediante el cual permite a las personas que trabajan en ellas, alcanzar los objetivos individuales relacionados directos o indirectamente con el trabajo que desempeñan. (p. 28)

Estos aspectos antes mencionados pertenecen a los subsistemas de los recursos humanos que como se mencionó anteriormente son la piedra

angular para el desarrollo de las organizaciones ya que son el punto de partida de la organización y de sus acciones depende el cumplimiento de la gran parte de los objetivos de la empresa.

La Responsabilidad Social Empresarial

Actualmente las personas habitan en espacios aceleradamente transformadores, donde los cambios tecnológicos inducido por el proceso de globalización constituyen el crecimiento de la competencia y el desarrollo de la gestión humana, siendo este el factor determinante que mueve a las organizaciones. Frente a esta situación la visión empresarial, su ideología y su cultura organizacional con respecto a la sociedad, ha ido cambiando con más vigor en las últimas décadas.

Este factor viene fundamentado en darles más protagonismo a los consumidores con la participación de todo lo que enmarca el mercado (trabajador, empresa, sociedad) para ir en función de los valores más allá de la calidad y eficiencia, planteándose la Responsabilidad Social Empresarial como una innovadora estrategia competitiva de negocio y considerándola como una ventaja frente a sus competidores. Al respecto, Pelekais y Aguirre (2008) recomiendan como estrategia competitiva a las organizaciones lo siguiente:

Mantener un marco de compromiso que sea capaz de adelantar un comportamiento donde la búsqueda de rentabilidad no esté marcada por la individualidad sino por el bienestar de la sociedad en su conjunto, por la capacidad de transformar fortalezas en ventajas competitivas que permitan la perpetuidad en el tiempo, pero también la búsqueda de una mejor calidad de vida para las generaciones futuras. Si las organizaciones

empresariales trabajan con este propósito, sin lugar a dudas, se convertirán en punta de lanza para lograr en corto tiempo alcanzar el éxito empresarial que siempre han soñado. (p. 84)

La Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva, quiere mostrar que es necesaria no como obligación si no como un compromiso para con la sociedad y la organización y que traerá consigo ventajas o beneficios que se transformaran en mayor rentabilidad, sustentabilidad y posicionamiento en el mercado competitivo, logrando de esta manera el éxito que las organizaciones siempre han soñado tener.

Comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial: La comunicación en las organizaciones y sociedades tradicionales juega un papel fundamental, cada día los procesos comunicativos son un factor decisivo en las estructuras organizacionales. El desarrollo de nuevas tecnologías ha logrado que la comunicación fluya con mayor rapidez y cantidad en la organización y en la sociedad, generando un crecimiento a las empresas que promueven la Responsabilidad Social Empresarial. Según el Manual Deres (2004) la comunicación atinada de las estrategias y las actividades de Responsabilidad Social Empresarial es decisivo para:

- Evidenciar el inicio y la transparencia de las operaciones y al mismo tiempo crear valía.
- Conducir cambios positivos.
- Complacer la falta de información de las partes interesadas.
- Probar responsabilidad en las intenciones con respecto a las cuestiones de la RSE.
- Corregir la reputación comercial.
- Estimular, incentivar y reconocer al personal por comprometerse con los programas de RSE. (p. 15)

Por qué Comunicar: El Manual Deres (2004:108), menciona “la necesidad de comunicar para lograr un atinado fruto del mensaje de Responsabilidad Social Empresarial en toda la organización, para informar las utilidades comerciales de la RSE”, para comunicar que significa la Responsabilidad Social Empresarial para la empresa en cuanto a los tipos de proyectos que se persiguen, para lanzar e informar a través de eventos, talleres, para comunicar las cuestiones de la Responsabilidad Social Empresarial a través de revistas, boletines, intranet, para motivar las actividades a través de esquemas de agradecimiento el objetivo de motivar, compartir conocimiento y objetivos con toda la organización.

Que Comunicar y a Quienes: Según el Manual Deres (2004:109), significa “que tiene la empresa o pretende tener una larga trayectoria de programas de Responsabilidad Social Empresarial, que tienen una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial, que realiza un trabajo excelente y puede brindar ejemplos de casos de estudio”.

A quienes comunicar se puede dividir en dos tipos de audiencias las internas que serían, equipo gerencial, personal de la casa central, el personal regional y de las sucursales, y el personal temporario. Audiencia externa que serían los clientes, potenciales clientes, medios de comunicación, postulantes, inversores, gobiernos, organizaciones orientadas a la comunidad, sindicatos, ONG, universidades, escuelas, fundaciones. Pelekais y Aguirre (2008) cita a Moreno, quien señala:

Como el manejo de la comunicación se ha convertido en una herramienta de trabajo esencial, y sin duda alguna, la forma de comunicarse dentro de las organizaciones es clave para el funcionamiento de las mismas. Sin embargo el potencial tecnológico

conseguido para comunicar no debe hacernos olvidar los aspectos eminentemente humanos de las relaciones. (p.163)

La comunicación debe entenderse entonces como un proceso vital que aparece en todas las áreas de la empresa, a fin de entenderse como una perspectiva estratégica, con el propósito de mejorar la resolución de tareas y mejorar los procesos organizacionales.

Implementación de Responsabilidad Social Empresarial: Según el manual Deres (2004), el proceso de implementación consiste en tres etapas principales:

- a) Experimentación: Diseñar e implementar un proyecto(s) piloto(s); Crear las herramientas y los procesos necesarios para apoyar el proyecto piloto; Aprender de los aciertos y de los errores; Ajustar el diseño del proyecto basándose en las lecciones aprendidas.
- b) Implementación de las mejores prácticas: implementar las mejores prácticas en lugares elegidos y celebrar los aciertos. Crear la identidad, los procedimientos operativos estándares y los materiales del programa. Crear conciencia y entusiasmo interno por el programa. Crear reconocimiento externo por el programa.
- c) Repetición: Implementar proyectos multicíclicos o multiemplazamiento. Crear alianzas estratégicas para apoyar proyectos a gran escala. Fortalecer la infraestructura para apoyar los esfuerzos de repercusión. Integrar las actividades de RSE con las prácticas comerciales habituales. Compartir las mejores prácticas de RSE con otras operaciones de la empresa. Expandir el programa de RSE con el objetivo de abarcar nuevos conjuntos de actividades. (p. 45)

Al respecto Chiavenato (2002:124) expresa: “La Responsabilidad Social Empresarial es el grado de obligaciones que la organización asume a través de acciones que protejan y mejoren el bienestar de la sociedad, a medida que alcancen sus objetivos” puede deducirse que con esta definición el autor se refiere a que para consolidar los logros empresariales tiene que existir un grado de eficiencia y eficacia organizacional para asumir sus responsabilidades sociales.

Se debe señalar que anteriormente, muchas empresas solían relacionar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial con donaciones y acciones de caridad y las empresas preferían a aquellos consumidores con altos niveles de ingreso. Sin embargo, estas preferencias han cambiado, los empresarios se están acercando más a los sectores de bajos recursos y estos, a su vez, están pasando de ser beneficiarios a clientes potenciales, proveedores y hasta socios.

A todos ellos los empresarios los ven ahora como actores económicos, impulsando beneficios no solo para ese sector sino también para la empresa. Cabe destacar, que para lograr ser considerada como una organización socialmente responsable, no es suficiente implementar acciones aisladas para el beneficio de la sociedad, así lo afirma Sarmiento (2010), quien establece que:

El simple deseo de llevar a cabo responsabilidad social no es suficiente para las empresas, así como tampoco puede dejarse al azar, ni esperar que bajo regulaciones gubernamentales se limiten las buenas prácticas responsables. Hoy se necesita de un mayor compromiso, sustentado básicamente en las características y condiciones en que opera cada una de ellas, lo cual obliga a integrar un sistema de gestión

que incluya la visión, los valores, las políticas, las estrategias, los indicadores de desempeño, los informes, la rendición de cuentas y la evaluación de los ejecutivos; pero, sobre todo, fomentar el compromiso, la responsabilidad y la participación de todos los implicados en aquellas actividades que influyen en el bienestar social. (p. 24)

Es por ello, que la Responsabilidad Social Empresarial se debe implementar por medio de un programa bien definido, estructurado por medio de la planificación estratégica, para que sea parte fundamental del sistema de gestión en el que opere la organización. De esta manera, son múltiples los beneficios que las empresas socialmente responsables pueden obtener, frecuentemente les resulta más fácil el reclutamiento de personal, la retención del mismo, permitiendo reducir los costos de entrenamiento.

Por consiguiente la Responsabilidad Social Empresarial, fortalece la relación con la comunidad y la lealtad de los consumidores, cada vez es mayor el número de consumidores que prefieren en sus compras productos provenientes de empresas responsables. Robbins (2004) considera que las empresas deben fijar objetivos en relación a su responsabilidad social, que debe ser tangible y fijado según las condiciones políticas y sociales que afectan a cada empresa.

Objetivos de la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial hace referencia a las prácticas de una empresa u organización. Una empresa con un alto nivel de responsabilidad social se considerará un bien dentro de la comunidad en la que su sede social se encuentra. La responsabilidad social requiere un equilibrio de prácticas de negocios responsables, decisiones firmes y una

fuerte ética y moral. En este sentido, una empresa socialmente responsable será, entonces, una entidad competitiva en términos económicos pero con una finalidad social compartida entre sus grupos de interés. Según lo planteado por Santesmases (2001), debería:

- Ofrecer productos y servicios deseables, que respondan a necesidades de sus usuarios y contribuyan al bienestar; dicho de otro modo, productos que provean elevada satisfacción inmediata e importantes beneficios a largo plazo. Asimismo, ofrecer envases reciclables, materiales compatibles con el medio ambiente, entre otros.
- Lograr que la ética oriente las decisiones de directivos y personal con mando y que forme parte esencial de la cultura de empresa.
- Otorgar prioridad a las relaciones con los trabajadores, asegurando condiciones de trabajo seguras y saludables.
- Respetar el medio ambiente.
- Integrarse en la comunidad de la que forma parte, respondiendo con sensibilidad y acciones sociales oportunas a las necesidades planteadas, atendiéndolas de la mejor forma posible y equilibrando sus intereses con los de la sociedad. (p. 135)

Mucho se ha discutido respecto a que las prácticas que conllevan los comportamientos éticos y la Responsabilidad Social Empresarial actúan en un sentido contrario a uno de los objetivos de la empresa, que es la rentabilidad. Sin embargo acordamos que los valores representan ciertos patrones de pensamiento, comportamiento e interacción con otros, las prácticas empresariales que los incorporan, generan una serie de recompensas (Payoff) dentro de la organización, en el mercado y en la relación con los gobiernos y comunidades. En este sentido Páez (2010:162) menciona 5 logros “a) Mejora y mantenimiento del posicionamiento corporativo; b) Genera mayor confianza, c) Aumenta el

acceso al talento; d) Fortalece el sentido de pertenencia; e) Genera mayor productividad de los miembros de la empresa”.

Es por ello que mucho de estos payoffs o recompensas, no podrán ser percibidos en el corto plazo, pero de alguna manera remiten a que los directivos reflexionen sobre las consecuencias de largo plazo de las decisiones que fueron adoptando. Además de la aplicación de valores a las prácticas organizacionales puede conducir de manera directa o indirectamente a ganancias económicas, según Páez (2010:162) “ a) Menores costos y mejor control de costos; b) Realza la creatividad y contribución de los empleados; y c) Acentúa la reputación y expande el acceso a oportunidades y recursos”

Un método bastante reconocido y aplicado es el establecido por la organización Deres, que en realidad está integrada por empresas, organizaciones empresariales e instituciones que articula distintos esfuerzos en procura de una concientización de todos los actores de la sociedad sobre el rol de los empresarios y la necesidad de la incorporación por parte de éstos de los conceptos de la Responsabilidad Social en la gestión de sus organizaciones.

Según el Manual Deres (2004:3), la organización Deres “surgió a partir de 1999, después de varias inquietudes coincidentes de distintos sectores involucrados en la definición del nuevo rol de los empresarios frente a los desafíos que convocaban a la sociedad uruguaya, en especial el tema de la Responsabilidad Social Empresarial”.

Por tal motivo, Deres como organización, diseñó un manual que sirve de guía de primeros pasos a los empresarios que deseen incorporar dentro de

su gestión corporativa la Responsabilidad Social Empresarial. De esta manera se pueden orientar y a su vez le genera herramientas que le facilitan el desarrollo de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en torno a sus grupos de interés. Cabe destacar que dicho manual antes mencionado, es útil para aquellos empresarios que:

- Deseen iniciarse en la implementación de acciones concretas de Responsabilidad Social Empresarial.
- Habiendo realizado diversas acciones, quieran conocer nuevas iniciativas e ideas.
- Deseen profundizar en la temática de la Responsabilidad Social Empresarial.

Es por ello que el manual de primeros pasos de Responsabilidad Social Empresarial Deres, es una guía idónea para la organización objeto de estudio, la cual no posee un programa ni estrategias específicas, para dar cumplimiento a una política de Responsabilidad Social Empresarial. Así mismo, manual establece unas consideraciones generales que serán descritas a continuación:

Primeros Pasos: contiene dos propuestas:

- Comunicación de la Responsabilidad Social Empresarial: puntos más importantes referentes al “qué, cómo y cuándo comunicar un programa o acción de Responsabilidad Social Empresarial, tanto interna como externamente.
- Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial: Un “paso a paso” cubriendo las etapas que debería recorrer una empresa al querer implementar un programa o acción de Responsabilidad Social Empresarial.

Acciones: Las acciones que las empresas realizan y se enmarcan en la Responsabilidad Social Empresarial, comprenden lo relativo a los valores éticos, las personas, la comunidad y el medio ambiente. Este capítulo contiene un listado de distintas acciones de Responsabilidad Social Empresarial que una empresa puede implementar. Las mismas están agrupadas en las cinco áreas que el Manual Deres define como:

- Valores y principios éticos.
- Condiciones de Ambiente de trabajo y empleo.
- Apoyo a la comunidad.
- Protección al medio ambiente.
- Marketing responsable.

Valores y Principios Éticos: Se refiere a cómo 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.

Condiciones 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, seguridad laboral, etc.

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 apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.

Protección al 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 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.

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.

De esta manera, el manual Deres, representa una herramienta estratégica para la empresa, que le puede permitir desarrollar e implementar acciones de Responsabilidad Social Empresarial, con la finalidad de mejorar la imagen de la empresa y de generar en sus trabajadores un sentido de conciencia que mejore su calidad de vida laboral; en síntesis la responsabilidad social como lo establece Orjuela (2011):

Es la aplicación, por medio de la voluntad de las organizaciones, de consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones; mediante un comportamiento transparente y ético que contribuya al

desarrollo sostenible, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento. Deben estar integradas en toda la organización y tener en cuenta los intereses de las partes interesadas. (p.184)

Por lo tanto, la Responsabilidad Social Empresarial, es un nuevo modo de gestión que parte del anterior modificando la conducta de todos los factores de la organización, en función de generar beneficios a todos los agentes de la sociedad, para alcanzar un mejor nivel de aceptación y gestionarse bajo los principios éticos.

La Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela

La evolución en el contexto histórico del país en materia de Responsabilidad Social Empresarial emprende sus inicios en la década de los 40 con la llegada del crecimiento petrolero e inversión internacional, donde las empresas públicas y privadas que de momento iniciaron sus primeras actividades dirigidas a lo interno de sus empresas. Al pasar de los años estas actividades fueron adoptando otras modalidades, como inversiones sociales en el sector educativo, hasta llegar a mayores iniciativas mostrando mayor pro actividad con respecto a su compromiso con la sociedad venezolana.

Actualmente el sector industrial y productor del país se encuentra sumido bajo diversos dilemas operacionales, gerenciales y económicos que paralizan por momentos los diferentes sectores nacionales. Ante esta realidad toma fuerza la necesidad de la gestión humana con respecto al nacimiento de nuevos liderazgos sólidos capaces de mantener un equilibrio empresarial, situación que refleja la importancia del capital humano como eje

central en el éxito organizacional. Al respecto, la Asociación de Naciones Unidas en Venezuela (ANUV) (2013), afirma que:

En Venezuela, la visión de la empresa respecto a su filosofía, metas y políticas, en el marco de la sociedad ha ido transformándose en la última década. El factor fundamental para este cambio está relacionado con el mayor protagonismo de los consumidores y la fuerza trascendente que opera desde el mercado. (p. 1)

Por consiguiente, las empresas venezolanas y las que hacen vida en el país vienen adoptando ajustes importantes hacia este nuevo esquema de la Responsabilidad Social Empresarial como una tendencia organizacional, así mismo, ANUV (2013:1), continua explicando que “en esta era, los productos y sus responsables, son sujetos a un control exhaustivo continuo en función de valores que van más allá de la calidad y eficiencia”; se puede decir entonces que en muchas organizaciones en Venezuela, se está impulsando políticas de Responsabilidad Social Empresarial en los últimos años.

Esto ha sido reportado en consecuentes estudios hechos por Venamcham, donde se evidencia que el sector empresarial del país viene dando pasos significativos en el desarrollo de políticas de Responsabilidad Social Empresarial, permitiendo a la organización desempeñar un rol importante en la mejora de la calidad de vida en la comunidad.

Bases Legales

Aunque no existe una ley específica que regule lo que es la Responsabilidad Social Empresarial, existen leyes que estipulan el cuidado de la empresa hacia sus empleados, la relación que debe

mantener la empresa con la comunidad donde se desarrolla y el compromiso que debe demostrar hacia sus clientes, desenvolviéndose como una organización socialmente responsable. Las bases legales que se nombrarán a continuación están ordenadas según la pirámide de Kelsen, a continuación se indican las bases legales de mayor importancia para esta investigación.

La Constitución de la República de Venezuela (1999)

Artículo 19, título III, titulado De los Derechos Humanos y Garantías y Deberes,

El estado garantizara a toda persona, conforme el principio de progresividad y sin discriminación alguna, el goce y ejercicio irrenunciable, indivisible e interdependiente de los derechos humanos. Su respeto y garantía son obligatorios para los órganos del Poder Público de conformidad Con la Constitución, los tratados sobre derechos humanos suscritos y ratificados por la República y las leyes que los desarrollen.

Los Artículos 22 y 23, establecen el alcance que tienen los tratados internacionales con respecto a los derechos humanos, los cuales tienen jerarquía constitucional y prevalecen en el orden interno, siempre y cuando contengan normas sobre su goce y ejercicio más favorables a los de la constitución, también se toma en cuenta el basamento legal que se tiene para lo correspondiente a la protección del medio ambiente,

Según el artículo 127 en el capítulo IX, el cual lleva como título. De los Derechos Ambientales, así como los artículos 117, 118 del capítulo VII,

titulado De los Derechos Económicos, estos artículos a pesar de no referirse a la Responsabilidad Social Empresarial, sirve como marco legal para el cumplimiento de la responsabilidad social, en conjunto con las leyes que sean aplicadas según sea la naturaleza del trabajo y las condiciones.

En el artículo 132 del capítulo X, titulado De los Deberes menciona:

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.

Continuando, en el 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 particulares según su capacidad...

Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (2012)

En su artículo 148, título III, Capítulo IV, De la Protección al Trabajo, al Salario y a las Prestaciones Sociales, se puede resumir lo siguiente;

Cuando por razones técnicas o económicas exista el peligro de extinción de la fuente de trabajo, reducción de personal o sean necesarias modificaciones en las condiciones de trabajo, el Ministerio del poder popular con competencia en materia de trabajo podrá,

por razones de interés público y social, intervenir de oficio o a petición de parte, a objeto de proteger el proceso social de trabajo, garantizando la actividad productiva de bienes o servicios y el derecho al trabajo...

En el artículo 161, capítulo V, Condiciones Dignas de Trabajo, se refleja lo siguiente:

El patrono o patrona que tenga bajo su dependencia más de trabajadores y trabajadoras, cuyas labores se presten a más de cien kilómetros de una ciudad que tenga centros de atención educativa, deberán instituir institutos educacionales cumpliendo con toda la normativa legal al respecto...

Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (2005)

En su artículo 53, título V, capítulo III, explica que el trabajo debe desarrollarse en un espacio donde existan condiciones adecuadas de trabajo, las cuales aseguren el mayor grado de salud física y mental, facilite la disponibilidad de tiempo y las condiciones necesarias para la recreación y estas respectivamente impidan algún tipo de discriminación y garantice todos los elementos del saneamiento básico en los puestos de trabajo, empresas establecimientos, entre otros.

Definición de Términos Básicos

Compromiso social: Es la relación que tienen todas las organizaciones con su entorno social, a través del cual otorga respuestas ante la realidad que vive la sociedad. Es decir, toma decisiones y acciones para hacer que lo

que se tenga que vivir en comunidad, sea digno, respetuoso y sobre todo estableciendo políticas de apoyo a lo más necesitado.

Desarrollo sostenible: Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades.

Estrategias: Conjunto de acciones que se implementarán en un contexto determinado con el objetivo de lograr el fin propuesto. Ciencia y arte de concebir, utilizar y conducir medios (recursos naturales, materiales, espirituales y humanos) en un tiempo y en un espacio determinado para alcanzar y/o mantener los objetivos establecidos.

Grupos de interés: conjunto de personas o entidades privadas, reunidas y organizadas por un interés común, con el fin de actuar conjuntamente en defensa de ese interés, así como de hacer conocer sus pretensiones o negociar con otros actores sociales.

Payoff: Conjunto de recompensas o retribuciones que obtiene laguna organización por acciones diferentes a su actividad principal.

Programa de acción social: es un conjunto de acciones interrelacionadas y dirigidas a lograr unos resultados para transformar o mejorar una situación, en un plazo limitado y con recursos presupuestados.

Ventaja Competitiva: *Habilidad*, recursos, conocimientos y atributos, entre otros, de los que dispone la empresa, los mismos de los que conocen sus competidores o que éstos tienen en menor medida que hace posible la obtención de unos rendimientos superiores a los de sus rivales.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

La metodología es un procedimiento general para lograr de una manera precisa el objetivo fundamental de la investigación y el trabajo es analizar la gestión de recursos humanos de una empresa de servicios, ubicada en Valencia, Estado Carabobo con el fin de señalar acciones de Responsabilidad Social Empresarial para que atienda los desafíos organizacionales y laborales La Universidad Bicentennial de Aragua (2012) lo define como aquel que:

Abarca el tipo de investigación, métodos, fuentes de información, técnicas e instrumentos y procedimientos aplicados, de modo que el lector pueda tener una visión clara de lo que se hizo, por qué y cómo se hizo; además de mencionarse las razones por las cuales se seleccionó dicha metodología, la cual debe ser sustentada con autores. (p. 81)

La metodología es un medio general para lograr de una manera precisa el objetivo de la investigación, por medio de las formas que se usarán para que el lector pueda ver de manera más clara que se hará, porque y cómo, además responder el por qué se seleccionó dicha metodología.

Naturaleza de la Investigación

Esta investigación es de tipo descriptiva, ya que se enfocó en conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes por medio de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Al respecto, Arias (2006) define Investigación descriptiva, indicando que:

Mediante este tipo de investigación, que utiliza el método de análisis, se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus características y propiedades. Combinada con ciertos criterios de clasificación sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los objetos involucrados en el trabajo indagatorio. Al igual que la investigación que hemos descrito anteriormente, puede servir de base para investigaciones que requieran un mayor nivel de profundidad. (p. 13)

De acuerdo a lo anterior, los investigadores utilizaron el análisis descriptivo para dar respuesta a los objetivos de investigación. El diseño de investigación es la estrategia que adopta el investigador para responder al problema planteado. Por otra parte, se considera una investigación de campo, ya que la recolección de datos se hizo directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar variable alguna. Arias (2006) señala al respecto, que la investigación de campo corresponde:

Al análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos, o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoque de investigación conocidos o en desarrollo. Los datos de interés son recogidos de forma directa de la realidad; en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originales o primarios. (p. 57)

Los investigadores utilizaron técnicas e instrumentos de recolección de datos, para vincularse con esa realidad primaria, los cuales fueron descritos en un apartado posterior.

Estrategia Metodológica

Al elaborar un proyecto de investigación es importante tener bien claro la metodología que se tiene previsto ejecutar. Es necesario desglosar los objetivos propuestos de investigación a elementos más reducidos que permitan un análisis y descomposición más detallado partiendo de los aspectos generales de la investigación y utilizando elementos más concretos que permitan acercarse más a la realidad, en función del objeto de estudio.

Para dar consecución al propósito de la investigación de analizar el cumplimiento de responsabilidad social empresarial en función de los desafíos organizacionales y laborales en una empresa de servicio del sector privado ubicada en Valencia estado Carabobo, se utilizó como estrategia metodológica el Cuadro Técnico Metodológico, que para Smith, Colombo y Rosmel (2013:261) “se concibe como una buena herramienta de apoyo que contiene todos los objetivos específicos. Es una entre muchas vías para ordenar, planificar y ejecutar la investigación”

Por consiguiente se presenta el cuadro técnico metodológico, en donde están contenidas las dimensiones, variables, estudiadas en función a los objetivos planteados, los indicadores, ítems, las fuentes de información y las técnicas e instrumentos.

Cuadro N° 3
Cuadro Técnico Metodológico

Objetivos Específicos	Dimensión o Factor	Definición	Indicadores	Ítems	Fuente	Técnicas e Instrumentos
Diagnosticar la situación actual para el desarrollo de un programa de Responsabilidad Social Empresarial	Situación actual de la organización para el desarrollo de un programa de Responsabilidad Social Empresarial	Es aquella que implica por sí misma la integración del trabajo colaborativo para el logro de los objetivos estratégicos de las organizaciones	1. Programa de Responsabilidad Social Empresarial	1.1 Programa (C-1)	24 Trabajadores de la empresa objeto de estudio	Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario
				1.2 Cultura (C-2)		
			1.3 Estrategias (C-3)	1.4 Aportes(C-4)	1 Gerente General de Recursos Humanos	Técnica: Entrevista Semi Estructurada Instrumento: Guía de entrevista
2. Organización	2.1 Gerencia y objetivos (C-5)	Bibliografía	Revisión documental			
	2.2 Planificación (C-6)					
				2.3 Supervisión (C-7)		

Cuadro N° 3
Cuadro Técnico Metodológico (cont.)

Objetivos Específicos	Dimensión o Factor	Definición	Indicadores	Ítems	Fuente	Técnicas e Instrumento
Determinar las orientaciones actuales de Responsabilidad Social Empresarial	Orientaciones actuales de Responsabilidad Social Empresarial que posee la empresa objeto de estudio	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	3. Estrategias de formación y desarrollo	3.1 Condiciones de Trabajo(C-8) 3.2 Capacitación (C-9) 3.3 Beneficios(C-10)	24 Trabajadores de la empresa objeto de estudio	Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario
			4. Marketing Responsable	4.1 Satisfacción(C-11) 4.2 Opinión del cliente(C-12) 4.3 Atención(C-13)		
			5. Medio ambiente	5.1 Preservación Medioambiental(C-14) 5.2 Selección de proveedores(C-15) 5.3 Reciclaje (C-16)	1 Gerente General de Recursos Humanos	Técnica: Entrevista Semi Estructurada Instrumento: Guía de entrevista
			6. Comunidad	6.1 Apoyo(C-17)	Bibliografía	Revisión documental
7. Valores Éticos	7.1 Misión y Visión (C-18) 7.2 Principios(C-19)					

Cuadro N° 3
Cuadro Técnico Metodológico (cont.)

Objetivos Específicos	Dimensión o Factor	Definición	Indicadores	Ítems	Fuente	Técnicas e Instrumento
Identificar las pautas que se han de seguir para implementar un programa de Responsabilidad Social Empresarial.	Pautas que ha de seguir la organización para implementación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial	Experimentación, implementación de las mejores prácticas y repetición	8 Diseño	8.1 Puntos clave a tener en cuenta (C-20)	24 Trabajadores de la empresa objeto de estudio	Técnica: Encuesta. Instrumento: Cuestionario
			9 Implementación	9.1 Procedimientos (C-21)	1 Gerente General de Recursos Humanos	Técnica: Entrevista Semi Estructurada Instrumento: Guía de entrevista
			10 Fortalecimiento	10.1 Verificación (C-22)	Bibliografía	Revisión documental

Elaborado por: Gámez y Medina (2015)

Población y Muestra

La población, descrita como las unidades de investigación que proporcionaron la información de primera mano, es decir, están ubicadas en el contexto del problema, está definida por Hernández, Fernández y Batista (2010:204), como: "...conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones..."; la población objeto de estudio está ubicada en una compañía de servicios publicitarios, en la ciudad de Valencia, Estado Carabobo, con más de 10 años de experiencia.

En efecto, esta población está compuesta por los 25 trabajadores del área administrativa de la organización, un grupo multidisciplinario de profesionales, los cuales son considerados por pertenecer a los distintos departamentos donde se deben implementar las directrices enfocadas al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

Por ser un número pequeño pudo ser abordado con los recursos y en el tiempo previsto para realizar el estudio con el cual contaron los investigadores, por lo cual, no se consideró necesario determinar una muestra, tal como lo menciona Arias (2006:82) "si la población, por el número de unidades que la integran, resulta accesible en su totalidad, no será necesario extraer una muestra"; por tanto se tomó para la recogida de datos el total de la población.

Sin embargo, en función de aplicar las distintas técnicas e instrumentos de recolección de datos, se seleccionó al Gerente de Recursos Humanos como el informante clave al cual se le efectuó la entrevista, por ser el trabajador que por conocimientos y cargo que ocupa, posee mayor información acerca de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la

organización y a nivel general, el resto de los trabajadores fueron abordados, mediante la aplicación de una encuesta.

Cuadro N° 4

ESTRUCTURA DE LA MUESTRA

Cargo o Departamento	Cantidad	Técnica / Instrumento
Gerente de Recursos Humanos	1	Entrevista Semi Estructurada / Guía de Entrevista
Trabajadores del Dpto. de Recursos Humanos	4	Encuesta / Cuestionario
Trabajadores del Dpto. de Mercadeo	3	
Trabajadores del Dpto. de Diseño	5	
Trabajadores del Dpto. Ventas	5	
Trabajadores del Dpto. de Administración	7	
Total	25	-----

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Técnicas e instrumentos de recolección de Información

Las técnicas que se emplearon tienen que ver con el conjunto de procedimientos y protocolos instrumentales propios de la investigación en este caso una de las técnicas empleadas fue la encuesta definida por Tamayo y Tamayo (2003: 24), “es aquella que permite dar respuestas a problemas en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida sistemática de información según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida”. El diseño en este caso, es de campo, y para recoger los datos se seleccionó la técnica de la encuesta, definida por Arias (2006), como:

Una técnica de investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida

cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (p.103).

La encuesta posee diversas herramientas, en este caso se utilizó un cuestionario el cual se usó como instrumento que según Arias (2006) lo define como:

Es la modalidad de encuesta que se realiza de forma escrita mediante un instrumento o formato en papel contentivo de una serie de preguntas. Se le denomina cuestionario auto-administrado porque debe ser llenado por el encuestado, sin intervención del encuestador. (p. 74)

El cuestionario permitió a los investigadores evitar la interacción sujeto – objeto, para mantener el criterio de objetividad, y permitir a los encuestados que pudieran responder con libertad de acuerdo a las opciones que se les presenten.

Por otra parte, en función de abordar al Gerente de Recursos Humanos de la empresa se seleccionó como técnica de recolección de datos, la entrevista semi-estructurada, esta entrevista consta de una serie de preguntas que conformaron la guía de entrevista, las mismas están relacionadas con el Cuadro Técnico Metodológico.

Acerca de la guía de entrevista, Hurtado (2007:161), indica que “es el instrumento propio de la técnica de la entrevista. En ella el investigador señala los temas o aspectos en torno a los cuales va a preguntar”; cabe resaltar, la idoneidad de esta técnica e instrumento, ya que se buscó obtener

información mucha más detallada en este caso y opiniones de personas con conocimientos técnicos en materia de comunicación corporativa y manejo de personal

Validez y confiabilidad del instrumento

Según Hernández (1998) expresa que existen tres criterios para la validez de un instrumento:

Validez de contenido se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de lo que se mide.

Validez de criterio implica que la medición del instrumento se ajusta o sirve a un criterio externo. Si el criterio se ajusta al futuro se habla de validez predictiva.

Validez de constructo es probablemente la más importante, sobre todo desde la perspectiva científica, ya que se refiere al grado en que una medición aportada por un instrumento relaciona consistentemente con otras mediciones que han surgido de hipótesis y construcción de teorías antecedentes. (p. 256)

Con relación a lo antes expuesto las técnicas de recolección de datos deben poseer validez de contenido, criterio, constructo para así tener una validez total y poder medir consistentemente los aspectos más importantes planteados por el investigador. En tal sentido, la validación del instrumento de recolección de datos se realizó mediante el juicio de tres (3) expertos, con la finalidad de obtener sus opiniones en cuanto la relación de pertinencia, claridad, redacción, congruencia y saber si los mismos captaban de manera significativa y con exactitud los objetivos de la investigación.

Adicionalmente, de la observación realizada por los expertos se tomaron en consideración las observaciones hechas para que el instrumento empleado lograra recabar la información necesaria para alcanzar los objetivos propuestos del presente estudio.

La confiabilidad se refiere a la capacidad de dar resultados al ser aplicada en condiciones idénticas, dos o más veces a un mismo conjunto de objetos. La confiabilidad la define Hurtado y Toro (2001:85) “la confiabilidad denota el grado de congruencia con que se realiza una medición no le interesa saber si está midiendo lo que desea, eso no es una cuestión de validez. Un instrumento de medición puede ser confiable y no obstante carecer de validez. Sin embargo no puede ser válido si antes no es confiable”.

Es necesaria para las investigaciones cuantitativas la confiabilidad de los instrumentos aplicados, ya que esto nos permitirá la confiabilidad y legitimidad de los mismos. La Confiabilidad se hará a través del método de Kuder Richardson 20 (Kr20), con el objeto de obtener una confiabilidad con el menor margen de error. El cálculo del índice de confiabilidad se realizó empleando Microsoft Office Excel 2007, a través del cual se ajustó la fórmula para obtener el valor del coeficiente (Ver anexo B).

Codificación: Si = 2 ; No = 1 p =si; q= no

$$\text{Kr} = K/K-1 * (\text{SX}^2 - \Sigma p1*q1/\text{SX}^2)$$

$$\Sigma p1*q1 = 1,09$$

$$\text{Kr} = 19/18 * [(10,240 - 1,09/10,240)]$$

$$\text{Kr} = 0,9431 * 100 = 94.31 \%$$

De acuerdo al método de Kr20 existe correspondencia entre las respuestas de los ítem, dado que arrojó un índice de confiabilidad del 94,31 por ciento, lo que significa que es un instrumento confiable, ya que el resultado se encuentra dentro de los parámetros establecidos como son 0 y 1, en donde se considera un instrumento confiable aquel que sea mayor o igual a 0,51.

CAPITULO IV

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

En este capítulo se hizo el tratamiento de los datos recopilados por medio de la encuesta y la entrevista, de manera de presentarlo ordenadamente, de una forma que se pudieran visualizar, para realizar la interpretación de los mismos. Inicialmente, se muestra la información recabada por la entrevista realizada al Gerente de Recursos Humanos, como información clave.

Posteriormente, se presentó la información obtenida mediante el cuestionario a los veinticuatro trabajadores del área administrativa de la empresa, para abordar los ítems y resultado del cuadro técnico metodológico. Finalmente, partiendo de la interpretación de los datos recabados por la encuesta y la entrevista se llevó a cabo la triangulación, conjuntamente con la información documental de los expertos, lo que permitió dar respuesta a los tres primeros objetivos específicos de la investigación.

Información Clave

A continuación se presenta el conjunto de información que fue suministrada por el Gerente de Recursos Humanos de la organización, con la finalidad de establecer la información clave respecto a los primeros tres objetivos planteados por los investigadores:

Información aportada por el Gerente de Recursos Humanos

1. *¿La empresa cuenta con un programa de Responsabilidad Social Empresarial?*

- No, aunque se han estudiado propuestas en referencia a la aplicación de mejoras relacionadas a la Responsabilidad Social Empresarial.

2. ¿Desde el Departamento de Recursos Humanos se gestiona alguna política de Responsabilidad Social Empresarial?

- En la actualidad solo se realizan procesos para el reciclaje como política de Responsabilidad Social Empresarial.

Primer Objetivo Específico: La organización no cuenta con un programa de Responsabilidad Social Empresarial, contando en la actualidad solo con un el proceso de reciclaje como política de Responsabilidad Social Empresarial.

3. ¿Cuáles estrategias de capacitación y desarrollo dirigidas a los empleados implementa la empresa?

- La empresa no aplica estrategias referidas a la capacitación de personal

4. ¿La empresa aplica estrategias de marketing responsable?

- Si, son aplicadas por el departamento de ventas.

5. ¿La empresa implementa programas dirigidos a la preservación del medio ambiente?

- Solo acciones como el reciclaje, que no derivan de un programa como tal.

6. ¿La empresa promueve el apoyo a la comunidad?

- Si con ayuda a eventos de fundaciones.

7. ¿La empresa promueve los valores éticos entre sus empleados?

- Si constantemente.

Segundo Objetivo Específico: La organización dirige sus esfuerzos en materia de responsabilidad social, al marketing responsable, promoviendo los valores éticos entre sus empleados, con un proceso de reciclaje y con el apoyo a la comunidad solo por medio de las fundaciones; sin establecer ninguna orientación con respecto a la capacitación del personal.

8. *¿Cuáles considera son las pautas a seguir para diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial en la organización?*

- Debe estar dirigido a que se involucren todos los trabajadores de la organización y que hagan su aporte correspondiente, de acuerdo al cargo que ostentan.

9. *¿Cuáles son las debilidades y fortalezas que posee la empresa en función de implementar un programa de Responsabilidad Social Empresarial?*

- Como fortalezas, el proceso de reciclaje actual y los valores que poseen nuestros empleados. Las debilidades son las acciones dirigidas al crecimiento personal de los trabajadores

10. *¿Qué estrategias considera apropiadas para asegurar el fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en la organización?*

- Utilizando la cultura organizacional para establecer procesos dirigidos a la Responsabilidad Social Empresarial.

Tercer Objetivo Específico: El gerente de recursos humanos, considera que se debe involucran a todos los trabajadores por medio de una cultura organizacional que direcciona las acciones al mejoramiento de la Responsabilidad Social Empresarial, implementando principalmente programas de crecimiento personal para los trabajadores.

Información aportada por los Trabajadores del Área Administrativa

Situación actual para el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial

Como lo especifica en el primer objetivo específico, en un comienzo se diagnosticó la situación actual de la organización, con respecto al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, abordando el indicador programa de Responsabilidad Social Empresarial, relacionado con la existencia de un programa para tal fin, así como también el indicador organización que tiene que ver con los aspectos fundamentales de la empresa con respecto a la implementación de la estrategias para la Responsabilidad Social Empresarial.

Programa de Responsabilidad Social Empresarial

Tabla N° 1

SITUACIÓN ACTUAL DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Pregunta	SI		NO	
	F	%	F	%
¿La organización ejecuta un programa definido de Responsabilidad Social Empresarial?	4	16,67%	20	83,33%
¿La Responsabilidad Social Empresarial es incorporada como principio fundamental dentro cultura organizacional de la empresa?	5	20,83%	19	79,17%
¿La organización promueve estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?	10	41,67%	14	58,33%
¿La organización realiza constantes aportes a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial?	13	54,17%	11	45,83%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Los trabajadores del área administrativa de la organización consideran en su gran mayoría con el 83,33 por ciento, que en la empresa de servicios del sector privado, no se ejecuta ningún programa establecido para la Responsabilidad Social Empresarial, lo que claramente indica que no se rigen por ningún método que direcciones las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.

Del mismo modo la gran mayoría de los trabajadores con una frecuencia del 79,17 por ciento, aseguran que las Responsabilidad Social Empresarial no constituye un principio fundamental dentro de la cultura organizacional de la empresa, por lo cual se puede decir que no existe una consciencia general impulsada por la empresa para implementar la Responsabilidad Social Empresarial.

Por otra parte, para más de la mitad de los encuestado o el 58,33 por ciento de ellos, la empresa no promociona estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, se observa una disminución con respecto a los trabajadores que consideran que no existe algún programa y los que afirman que la Responsabilidad Social Empresarial no forma parte de la cultura organizacional, por lo cual se puede establecer que la empresa dirige esfuerzos en este sentido, sin la estructuración de estrategias para su implementación

Finalmente, más de la mitad de los encuestados con una proporción del 54,17 por ciento, considera que la organización realiza constantemente aportes dirigidos a la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, no obstante se puede decir nuevamente que a pesar de no implementar un programa eficiente, la empresa tiene la disposición de aplicar ciertas herramientas dirigidas a su cumplimiento.

Organización

Tabla N° 2

SITUACIÓN ACTUAL DE LA ORGANIZACIÓN

Pregunta	SI		NO	
	F	%	F	%
¿La organización considera un objetivo alcanzar la Responsabilidad Social Empresarial?	14	58,33%	10	41,67%
¿Se lleva a cabo la planificación de procesos dirigidos a la Responsabilidad Social Empresarial?	6	25%	18	75%
¿La organización supervisa la implementación de los procesos dirigidos a la Responsabilidad Social Empresarial?	9	37,50%	15	62,50%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Los trabajadores del área administrativa de la organización, en su mayoría con en 58,33 por ciento, consideran que si es un objetivo para la empresa implementar acciones dirigidas a la Responsabilidad Social Empresarial, por lo cual se puede decir, que en algunas áreas o departamentos las estrategias dirigidas a su cumplimiento son consideradas como un objetivo, pero en otras áreas o departamentos no, por lo cual no es un objetivo organizacional el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

En referencia a si se lleva a cabo la planificación de procesos dirigidos a la Responsabilidad Social Empresarial, los encuestados indicaron en su gran mayoría con un 75 por ciento de frecuencia que la organización no lleva a cabo ninguna planificación, lo que puede suponer que se ejecutan algunas acciones relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial pero no se establece una planificación estratégica dirigida a la implementación de algún programa.

Como se observa, los trabajadores del área administrativa consideran que los aspectos referentes a la implementación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial, no se ejecutan bajo lineamientos establecidos, de igual manera afirman en su mayoría con un 62,50 por ciento de frecuencia, que la empresa no ejecuta alguna supervisión en este sentido.

Por lo tanto, se presentan datos importantes respecto al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, que permiten establecer que la organización no ha implementado un programa efectivo, que sea elaborado mediante una planificación que establezca estrategias que aseguren realizar los aportes necesarios, para alcanzar objetivos concretos, que además estipule una supervisión constante, se encuentre fundamentado en la cultura organizacional y establecido como principio.

Orientaciones Actuales para el Cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial

Estrategia de Formación y Desarrollo

Tabla N° 3

ORIENTACIONES RESPECTO A LAS ESTRATEGIAS DE FORMACIÓN Y DESARROLLO

Pregunta	SI		NO	
	F	%	F	%
¿Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales?	11	45,83%	13	54,17%
¿La empresa genera programas de capacitación?	11	45,83%	13	54,17%
¿Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y/o sus familiares (HCM)?	9	37,50%	15	62,50%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Como se puede apreciar, los encuestados en su mayoría con un 54,17 por ciento, consideran que la organización no se preocupa por mejorar las condiciones de trabajo más allá de las condiciones dispuestas para los trabajadores en el marco legal, lo que denota poca disposición de la organización para mejorar las condiciones laborales de sus empleados, aspecto que es considerado muy importante dentro de la Responsabilidad Social Empresarial que deben tener en cuenta las organizaciones en la actualidad.

Igualmente, la mayoría de los trabajadores del área administrativa con un 54,17 por ciento, afirman que la organización no genera programas de capacitación, por lo cual no existe una capacitación efectiva que abarque cada uno de los cargos en todos los departamentos. En este sentido, la capacitación es un aspecto fundamental en el crecimiento profesional de los trabajadores, por lo que, además de reportar beneficios directos a la organización se considera un aporte a las condiciones sociales y laborales de los trabajadores y se enmarca dentro de las estrategia de Responsabilidad Social Empresarial.

Por otra parte, los encuestados en su mayoría con un 62,50 por ciento de frecuencia, consideran que la empresa no les ofrece beneficios adicionales a los que establece la ley en materia de salud, tanto para ellos mismos como como para sus familias, factor social importante de la determinación de las condiciones generales de los trabajadores; por lo cual, para una empresa que pretenda ser considerada como socialmente responsable, los beneficios adicionales al salario que están dirigidos al mejoramiento de las condiciones sociales de los trabajadores y su familia, es un punto importante a tener en cuenta..

Tabla N° 4

ORIENTACIONES RESPECTO AL MARKETING RESPONSABLE

Pregunta	SI		NO	
	F	%	F	%
¿La empresa cuenta con algún procedimiento para a conocer el nivel de satisfacción de sus clientes?	13	54,17%	11	45,83%
¿La empresa considera la opinión de sus clientes en cuanto a sus productos y servicios?	15	62,50%	9	37,50%
¿En la empresa existe un departamento o persona destinada a la Atención del Cliente?	15	62,50%	9	37,50%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Según la mayoría de los trabajadores del área administrativa o el 54,17 por ciento de ellos, está de acuerdo con que la empresa tiene estipulado procedimientos que le permiten conocer el nivel de satisfacción de sus clientes, lo que se puede entender como una situación medianamente favorable, que amerita de la implementación de estrategias en un corto plazo.

Del mismo modo, la mayoría de los encuestados con un índice del 62,50 por ciento, consideran que la organización toma en cuenta la opinión de los clientes respecto a sus productos y servicios, lo que evidencia la disposición por prestar un servicio dirigido a las exigencias de los usuarios. Así mismo, se puede indicar de acuerdo a la opinión de la mayoría de los trabajadores, específicamente el 62,50 por ciento, que en la organización existe un departamento o persona encargada de la atención al cliente.

Teniendo en cuenta los ítems antes presentados, se puede decir que la organización presenta debilidades en cuanto al marketing responsable, ya

que más allá de que cuente con el personal de atención al cliente y con procedimientos para obtener información de ellos, no se considera en se tome en cuenta sus opiniones del todo, ni que se apliquen esos procedimientos en todo momento factor negativo para la empresa.

Medio Ambiente

Tabla N° 5

ORIENTACIONES RESPECTO AL MEDIO AMBIENTE

Pregunta	SI		NO	
	F	%	F	%
¿La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental?	14	58,33%	10	41,67%
¿Se consideran aspectos ambientales al seleccionar proveedores?	9	37,50%	15	62,50%
¿La empresa cuenta con un procedimiento de reciclaje?	15	62,50%	9	37,50%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Como se puede observar, los trabajadores consideran en su mayoría con un 58,33 por ciento, que las empresa dirige esfuerzos a la preservación ambiental dato beneficioso para la organización pero al cual se le pueden aplicar mejoras. Por otra parte, la mayoría de los trabajadores del área administrativa con un 62,50 por ciento, considera que la empresa no tiene en cuenta los factores medio ambientales en el momento de selecciona a sus proveedores, aspecto negativo para la organización y que puede disminuir su aceptación entre los consumidores o usuarios.

Asi mismo, la mayoría de los trabajadores encuestados con una frecuencia del 62,50 por ciento, consideran que la empresa cuenta con algún programa de reciclaje, lo que puede significar que el reciclaje se realiza d manera planificada en algunos departamentos y en otros no, por lo cual es necesario que la empresa involucre a todos los trabajadores en este proceso y se establezcan procedimientos efectivos.

Comunidad

Tabla N° 6

APOYO A LA COMUNIDAD

Pregunta	SI		NO	
	F	%	F	%
¿Dentro de la Planificación la Empresa establece alguna política de apoyo a la comunidad?	12	50%	12	50%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Como se aprecia en la tabla los trabajadores del área administrativa no concuerdan entre la existencia o no en la organización de alguna política de apoyo a la comunidad, por lo cual, la mitad de los encuestados considera que si cuenta con dicha política y la mitad restante que no están de acuerdo.

Esto puede significar que están establecidas las políticas pero no se llevan a cabo o que no existen tales políticas pero la organización implementa alguna estrategia para ayudar a comunidad, en todo caso existe la disposición de la empresa en apoyar a la comunidad, pero los esfuerzos no están bien dirigidos.

Valores Éticos

Tabla N° 7

ORIENTACIONES RESPECTO A LOS VALORES ÉTICOS DE LA ORGANIZACIÓN

Pregunta	SI		NO	
	F	%	F	%
¿En la misión y visión de la empresa se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial?	5	20,83%	19	79,17%
¿La empresa dispone de Códigos de Ética o Conducta formales?	14	58,33%	10	41,67%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Como se puede observar, la gran mayoría de los encuestados con una frecuencia del 79,17 por ciento, asegura que en la misión y la visión de la empresa no se incluye consideraciones acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, aspecto perjudicial para la organización si se toma en cuenta la importancia que tiene la misión y la visión, para determinar tanto el rumbo que desea seguir la empresa, como la posición que pretende alcanzar con el transcurrir del tiempo.

Por otra parte, Los encuestados, indican en su mayoría representados en un 58,33 por ciento, que la empresa cuenta con códigos de ética o conductas formales bien establecidas, situación que es menos que optima, ya que de los valores que se establecen desde la gerencia se determinara en gran medida la conducta de los trabajadores y de esta dependerá el éxito que se logre alcanzar mediante cualquier programa de Responsabilidad Social Empresarial.

Se puede determinar entonces, de acuerdo a los datos aportados por los trabajadores del área administrativa de la empresa de servicios del sector privado, que las orientaciones actuales respecto a la responsabilidad social empresaria que mantiene la organización son poco efectivas, evidenciándose en algunos casos y la existencia de iniciativa para llevar a cabo acciones dirigidas a su cumplimiento. Por su parte, respecto a las estrategias de formación y desarrollo, la empresa no promueve tales políticas para el crecimiento laboral y personal del trabajador, siendo el factor menos tomado en cuenta las mejoras en los servicios de salud para el trabajador y su familia.

Así mismo, la empresa muestra un insuficiente apoyo a la comunidad, ya sea por no tener un programa eficiente para tal fin o por falta de disposición. En referencia a los valores éticos de la organización, aunque la empresa cuenta con códigos de ética o conductas formales, dentro de la misión y visión organizacional no se toma en cuenta la Responsabilidad Social Empresarial, lo que dificulta el direccionamiento de la empresa hacia alcanzar tal fin, sin su inclusión en los objetivos de la organización.

Finalmente, en cuanto al marketing responsable, es el aspecto que mejor está orientado hacia la Responsabilidad Social Empresarial, para lo cual cuenta con un departamento o persona encargado de la atención al cliente, así como algún procedimiento para obtener información acerca de las preferencias de los clientes, sin embargo se deben implementar mejoras en este sentido. Otro aspecto positivo, es la existencia de programas dirigidos a la preservación del medio ambiente, fundamentalmente dirigidos al reciclaje, no obstante la organización no toma en cuenta estos aspectos en el momento de seleccionar sus proveedores.

Pautas que se Deben Seguir para Implementar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial

Puntos clave

Tabla N° 8

PUNTOS CLAVES A TENER EN CUENTA PARA DISEÑAR UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Pregunta	TA	
	F	%
La Comunicación dentro de la Organización	12	50,00%
Las Necesidades de la Comunidad	5	20,83%
Los Riesgos Ambientales de la Practicas de la Empresa	9	37,50%
La Estructura Organizacional de la Empresa	5	20,83%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Como se muestra en la tabla, los aspectos que consideran claves los trabajadores del área de Administración de una empresa de servicios del sector privado, para el diseño de un programa de Responsabilidad Social Empresarial, son en primer lugar la comunicación dentro de la organización, para lo cual estuvieron de acuerdo el 50 por ciento de los encuestados, así mismo, es considerado en menor medida como aspecto clave los riesgos ambientales que genera la empresa con un 37,50 por ciento de frecuencia, y finalmente las necesidades de la comunidad y la estructura organizacional, que se consideran claves para el 20,83 por ciento de los encuestados para cada una de ellas.

Procedimientos

Tabla N° 9

ESTRATEGIAS QUE SE DEBE LLEVAR A CABO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DENTRO DE LA EMPRESA

Pregunta	TA	
	F	%
Los Valores y Principios Éticos	11	45,83%
El Ambiente de Trabajo y Empleo	13	54,17%
El Apoyo a la Comunidad	7	29,17%
La Protección del Medio Ambiente	7	29,17%
El Marketing Responsable	6	25,00%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

Como se puede apreciar en la tabla, las estrategias para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, que deben implementarse principalmente según la consideración de los trabajadores del área administrativa de una empresa de servicios del sector privado, son las referentes al ambiente de trabajo y el empleo, así como a los valores y principios éticos, con una frecuencia del 54,17 por ciento y 45,83 por ciento respectivamente.

Por otro lado es considerado en menor medida importante el apoyo a la comunidad, adicionalmente del apoyo a la comunidad, con una frecuencia del 29,17 por ciento cada uno; finalmente, consideran solo el 25 por ciento de

los encuestados que el marketing responsable debe ser tomado en cuenta como estrategia a este respecto.

Verificación

Tabla N° 10

TRABAJADOR QUE DEBE ENCARGARSE DE LA SUPERVISIÓN Y VERIFICACIÓN DEL PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Pregunta	TA	
	F	%
El Gerente de Recursos Humanos	5	20,83%
Director de Control de Recursos Humanos	3	12,50%
Un empleado de la Dirección de Control de Recursos Humanos	8	33,33%
Un Nuevo Cargo como Supervisor de Responsabilidad Social Empresarial	8	33,33%

Elaborado por: Gámez y Medina. (2015)

En la tabla se puede observar que los trabajadores del área administrativa, consideran en igual medida con una frecuencia del 33,33 por ciento, que las labores de supervisión y verificación del programa de Responsabilidad Social Empresarial, deben ser llevadas a cabo por un empleado de la dirección de control en el Departamento de Recursos Humanos o por un nuevo cargo llamado supervisor de Responsabilidad Social Empresarial; en menor medida consideran que estas funciones deben quedar al mando del gerente de recursos humanos con un 20,63 por ciento

de apoyo; y solo el 12,50 por ciento de los encuestados indica que el director de control de recursos humanos debe ser quien se encargue de ejecutarlas.

De acuerdo a la opinión de los trabajadores encuestados, para el diseño del programa de Responsabilidad Social Empresarial, es fundamental tener en cuenta la comunicación entre los diferentes cargos de la organización, de esta manera poder estructurar un programa que sea internalizado por cada uno de los trabajadores, de una manera que puedan ejecutarlo y resolver los imprevistos de manera rápida y eficiente. Así mismo es importante tener en cuenta los riesgos ambientales que genera la organización, para mediante el diseño del programa de Responsabilidad Social Empresarial disminuir la incidencia en el medio ambiente, adicionalmente se debe tener en cuenta las necesidades de la comunidad y la estructura organizacional de la empresa.

Por su parte el programa de Responsabilidad Social Empresarial debe enfocarse en dirigir estrategias, hacia las mejoras a las condiciones laborales de los empleados; del mismo modo que debe fundamentar los valores y principios éticos, para desarrollar una cultura organizacional dirigida a la responsabilidad social empresarial; también debe dirigir las estrategias al apoyo a la comunidad, la protección del medio ambiente y el marketing responsable en menor medida.

Triangulación

Esta parte tuvo como finalidad contrastar las informaciones suministradas por los trabajadores del departamento de administración, por el gerente general de recursos humanos y la información documental aportada por diferentes autores, para alcanzar finalmente los objetivos específicos planteados por los investigadores.

Cuadro N° 5. TRIANGULACIÓN PARA EL PRIMER OBJETIVO ESPECIFICO

Objetivo Específico	Dimensión o Factor	Información de los Trabajadores	Información del Gerente General	Revisión Documental	Conclusiones
Diagnosticar la situación para el desarrollo de un programa de Responsabilidad Social Empresarial.	Situación actual de la organización para el desarrollo de un programa de Responsabilidad Social Empresarial	La organización no ha implementado un programa de responsabilidad social, que sea elaborado mediante una planificación que establezca estrategias que aseguren realizar los aportes necesarios para alcanzar objetivos concretos, que además estipule una supervisión constante y se encuentre fundamentado en la cultura y filosofía organizacional; observándose solo acciones dirigidas al reciclaje y al Marketing Responsable, como procesos de RSE.	La organización no cuenta con un programa de Responsabilidad Social Empresarial, contando en la actualidad solo con el proceso de reciclaje como política de Responsabilidad Social Empresarial.	El simple deseo de llevar a cabo RSE no es suficiente para las empresas, así como tampoco puede dejarse al azar, ni esperar que bajo regulaciones Gubernamentales se limiten las buenas prácticas responsables. Hoy se necesita de un mayor compromiso, sustentado básicamente en las características y condiciones en que opera cada una de ellas, lo cual obliga a integrar un sistema de gestión que incluya la visión, los valores, las políticas, las estrategias, los indicadores de desempeño, los informes, la rendición de cuentas y la evaluación de los ejecutivos; pero, sobre todo, fomentar el compromiso, la responsabilidad y la participación de todos los implicados en aquellas actividades que influyen en el bienestar social. (p. 24) (Sarmiento 2010)	La organización, se encuentra en una situación desfavorable para el desarrollo de un programa de RSE, ya que solo tiene establecido un proceso de reciclaje mal planificado o ejecutado para tal fin, además la única estrategia que con la que cuenta en función de cumplir con los lineamientos de RSE, son mecanismos para conocer la opinión de los usuarios sin que su opinión sea tomada en cuenta del todo, por lo cual, el desarrollo de un programa de RSE amerita de una completa reestructuración de sus políticas y procedimientos.

Cuadro N° 6. TRIANGULACIÓN PARA EL SEGUNDO OBJETIVO ESPECIFICO

Objetivo Específico	Dimensión o Factor	Información de los Trabajadores	Gerente de RRHH	Revisión Documental	Conclusiones
<p>Determinar las orientaciones actuales de Responsabilidad Social Empresarial.</p>	<p>Orientaciones actuales de RSE que posee la empresa objeto de estudio</p>	<p>Respecto a las orientaciones de RSE la empresa cuenta con códigos de ética o conductas formales, existe un programa de reciclaje que no se lleva a cabo de manera general y en el que no se toma en cuenta los aspectos medioambientales al momento de seleccionar los proveedores, el marketing responsable se aplica algunas veces mediante procedimientos para conocer la opinión de los usuarios sin tomarlas en cuenta completamente, dentro de la misión y visión organizacional no se toma en cuenta la RSE, no promueven políticas para el crecimiento laboral y social del trabajador, se evidencia un Insuficiente apoyo a la comunidad.</p>	<p>La organización dirige sus esfuerzos en materia de responsabilidad social, promoviendo los valores éticos entre sus empleados, mediante un programa de reciclaje, indagando sobre la opinión de sus usuarios sin aplicar una estrategia de marketing responsable, con el apoyo a la comunidad solo por medio de las fundaciones; sin embargo no establece ninguna orientación con respecto a la capacitación del personal.</p>	<p><i>Marketing responsable:</i> se vincula con la integridad del producto, la práctica comercial, los precios, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad. <i>Medio Ambiente:</i> abarca la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de residuos y concientización del personal. <i>Apoyo a la comunidad:</i> acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios u otros. <i>Ambiente de trabajo y empleo:</i> políticas de compensaciones y beneficios, carrera profesional, capacitación, el ambiente de trabajo, salud y seguridad, etc <i>Valores y Principios Éticos:</i> se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales. (p. 11) (Manual Deres 2004)</p>	<p>Las orientaciones actuales acerca de Responsabilidad Social Empresarial que tiene la empresa son: la estipulación de valores y principios éticos donde no se incluye la RSE de manera específica, un programa de reciclaje que no se lleva a cabo de manera efectiva y en el cual no se toma en cuenta los factores medioambientales para seleccionar a los proveedores, vagos lineamientos en cuanto al marketing responsable, el apoyo a la comunidad de manera indirecta, y la inexistencia total de políticas de desarrollo laboral y social</p>

Cuadro N° 7. TRIANGULACIÓN PARA EL TERCER OBJETIVO ESPECIFICO

Objetivo Específico	Dimensión o Factor	Información de los Trabajadores	Gerente de RRHH	Revisión Documental	Conclusiones
<p>Identificar las pautas que se han de seguir para implementar la un programa de Responsabilidad Social Empresarial.</p>	<p>Pautas que ha de seguir la organización para implementar un programa de Responsabilidad Social Empresarial</p>	<p><i>Se debe tener en cuenta principalmente:</i> - la comunicación entre los diferentes cargos de la organización - Los riesgos ambientales que genera la organización - Se maneja en menor medida las necesidades de la comunidad y la estructura organizacional. <i>Dirigir las estrategias fundamentalmente hacia:</i> -Las mejoras de las condiciones laborales de los empleados - Los valores y principios éticos, para desarrollar una cultura organizacional dirigida a la RSE.</p>	<p>El gerente de recursos humanos, considera que se debe involucran a todos los trabajadores por medio de una cultura organizacional que direcciona las acciones al mejoramiento de la Responsabilidad Social Empresarial, implementando principalmente programas de crecimiento personal para los trabajadores.</p>	<p>Las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, es la aplicación, por medio de la voluntad de las organizaciones, de consideraciones sociales y ambientales en su toma de decisiones; mediante un comportamiento transparente y ético que contribuya al desarrollo sostenible, cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento. Deben estar integradas en toda la organización y tener en cuenta los intereses de las partes interesadas. (p.184) (Orjuela 2011)</p>	<p>A la hora de diseñar el programa se debe: - Identificar el modelo de comunicación empresarial - Medir los riesgos ambientales que genera la empresa. - Establecer las necesidades de la comunidad. Las estrategias principales deben ser: - Implementar programas de crecimiento profesional y personal para los trabajadores. - desarrollar una cultura organizacional que involucre a todos los trabajadores con las políticas de Responsabilidad Social Empresarial. - Responsabilizar a un cargo de la dirección de control o un nuevo cargo de la supervisión y verificación del programa</p>

CONCLUSIONES

En correspondencia con la situación actual de la organización para el desarrollo de un programa de Responsabilidad Social Empresarial, la organización no cuenta con un programa con esta finalidad, ni la incluye como aspecto importante dentro de la filosofía organizacional de la empresa; por lo cual, aunque se realizan algunos aportes por parte de la gerencia para implementar ciertos procesos relacionados con este aspecto y es considerado como objetivo cumplir con la Responsabilidad Social Empresarial en algunas áreas o departamentos, no es un objetivo organizacional, no se lleva a cabo una planificación estratégica al respecto, ni se ejecuta la supervisión de los procedimientos dirigidos a su cumplimiento.

En referencia a las orientaciones actuales de Responsabilidad Social Empresarial, la organización no cuenta con un programa de capacitación y desarrollo de los trabajadores, así como tampoco les ofrece mejoras a lo estipulado en el marco legal respecto a la salud y seguridad de los trabajadores y su familia. Por otra parte, se implementa un programa de reciclaje, sin embargo este no se ejecuta efectivamente y no toma en cuenta los factores medio ambientales para elegir los proveedores.

Del mismo modo, la empresa cuenta con valores y principios éticos bien estructurados, sin embargo dentro de la filosofía organizacional no se refleja tácitamente la Responsabilidad Social Empresarial, por lo cual, no es política organizacional, ni se cuenta con las bases que permitan el establecimiento de una cultura organizacional dirigida al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. En cuanto al apoyo a la comunidad la organización realiza aportes solo mediante fundaciones, sin preocuparse en las

necesidades específicas de la comunidad, ni realizar aportes directos que la beneficien de manera rápida y efectivamente.

Finalmente, la empresa dirige estrategias al marketing responsable, por medio de los vendedores, además de contar con una persona o departamento que se encarga de la atención al cliente y de implementar procedimientos para indagar sobre las preferencias de los clientes, sin embargo estos procedimientos no se llevan a cabo de manera regular y no se toma en cuenta del todo la opinión de los usuarios.

El gerente de recursos humanos considera fundamental para implementar un programa de responsabilidad social empresarial, moldear la cultura organizacional en función de involucrar a todos los trabajadores con las políticas establecidas como estrategias, partiendo de los sólidos valores y principios éticos con los que cuentan sus trabajadores como una fortaleza y mediante la implementación de programas de capacitación y crecimiento personal de los empleados, con la finalidad de disminuir sus debilidades.

Por su parte, los trabajadores consideran también importante para la implementación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial, Identificar el modelo de comunicación corporativa, medir los riesgos ambientales que genera la empresa, establecer las necesidades de la comunidad, y establecer un cargo dentro del Departamento de Recursos Humanos.

RECOMENDACIONES

En cumplimiento con el cuarto objetivo específico, referente a elaborar recomendaciones que faciliten el cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, se debe diseñar e implementar un programa de Responsabilidad Social Empresarial que mantenga una planificación estratégica constante, y en la que se involucren a todos los trabajadores de la organización, el cual debe contemplar el marketing responsable, el medio ambiente, el apoyo a la comunidad, el desarrollo de los trabajadores, y los valores y principios ético; este programa debe estar bajo la supervisión y verificación de un trabajador de la dirección de control del departamento de recursos humanos o un nuevo cargo perteneciente igualmente al departamento de recursos humanos.

Establecer como una de sus principales estrategias dentro del programa de Responsabilidad Social Empresarial, la capacitación de los trabajadores, el mejoramiento de sus condiciones laborales y ofrecerle mejoras en el área de salud y seguridad para él y su familia, con la finalidad de mejorar sus condiciones desde el punto de vista laboral, social y personal. Dentro de la capacitación se debe incluir un adiestramiento a todos los trabajadores referentes a la Responsabilidad Social Empresarial y su aplicación, haciendo énfasis en el manual de primeros pasos de responsabilidad social empresarial creado por la organización Deres.

Reestructurar la misión, visión y valores organizacionales para que contengan a la responsabilidad social como factor fundamental dentro de la política de la empresa, estableciendo unos nuevos objetivos

organizacionales donde se incluya los diferentes procesos dirigidos al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. Lo antes mencionado tiene la finalidad de alinear a los trabajadores con el programa, apoyándose en los valores y principios éticos con los que cuentan los empleados; todo esto promoverá una nueva cultura organizacional dirigida al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

Determinar las necesidades básicas de las comunidades aledañas en función de realizar aportes significativos y directos que mejoren sustancialmente las condiciones de la misma, atacando las principales problemáticas a que afectan a la población.

Reestructurar los instrumentos de recolección de la información acerca de las preferencias de los clientes, incluyendo ítems acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en función de obtener información precisa para alinear los servicios a los requerimientos del cliente, de manera de vincular a los usuarios con la integridad del producto.

Involucrar a todos los trabajadores de la organización en la verificación del programa de Responsabilidad Social Empresarial, mediante la aplicación de test de desempeño referido a las estrategias implementadas por el programa, de esta manera cada trabajador podrá aportar sus ideas referentes a la manera en la que se deben llevar a cabo los procesos.

LISTA DE REFERENCIAS

Arias, Fidas (2006). **El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica**. Quinta Edición. Editorial Episteme. Caracas. Venezuela.

Asociación de Naciones Unidas en Venezuela (2013). **El Pacto Mundial en Venezuela: Responsabilidad Social Empresarial**. Documento en línea. Disponible en: <http://anuv.ve.tripod.com/elpactomundial/id8.html>. Consulta: 2015, julio 12.

Bastidas, Ortiz y Peña (2014). **Gestión de Responsabilidad Social de una Empresa Manufacturera Dedicada a la Fabricación de Pulpa, Papel, Cartón y Empaques, Ubicada en la Zona Industrial Sur Municipio Valencia, Estado Carabobo: Desarrollo y Alcance**. Trabajo de Grado. No publicado. Universidad de Carabobo. Bárbula. Venezuela.

Cantú, Humberto (2000). **Desarrollo de una Cultura de Calidad**. Editorial Mc Graw - Hill. México.

Casassus, Jesús (2000). **Administración de Recursos Humanos**. Segunda Edición. Editorial Mc Graw-Hill. México.

Cejas, Magda y Chirinos, Nilda (2014). **La Gestión de Recursos Humanos**. Editado por la Dirección de Medios y Publicaciones de la Universidad de Carabobo. Valencia. Venezuela.

Chiavenato, Idalberto (2002). **Gestión del talento humano**. Editorial Mc Graw – Hill. México.

Comisión Europea (2001). **Libro Verde**. Documento en línea. Disponible en: http://ec.europa.eu/green-papers/index_es.htm. Consulta: 2015, febrero 04.

Constitución de la República de Venezuela. **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 36.860**. 30 de Diciembre de 1999. Caracas. Venezuela.

Deal, Terrence y Kennedy, Allan (1996). **Cultura Corporativa: Ritos y rituales de la vida organizacional**. Editorial Legis. Bogotá. Colombia.

Deres (2004). **Manual de Primeros Pasos de Responsabilidad Social Empresarial**. Editorial Altiplano. Montevideo. Uruguay.

García y Rico (2012). **Prácticas que utilizan los gerentes para motivar a su personal desarrollando estrategias dentro de la cultura organizacional, propiciada por la Gestión de Recursos Humanos**, Trabajo de Grado. No publicado. Universidad de Carabobo, Bárbula. Venezuela.

Guízar, Rafael (2008). **Desarrollo Organizacional: Principios y aplicaciones**. Tercera edición. Editorial Graw-Hill. México.

Hernández, Roberto (1998). **Metodología de la Investigación**. Editorial Mc Graw - Hill. México.

Hernández, Roberto, Fernández, Carlos y Batista, Pilar (2010) **Metodología de la Investigación** Cuarta Edición. Mc Graw- Hill / Interamericana. México.

Hurtado, Iván y Toro, Josefina (2001). **Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambio**. Editorial Episteme Consultores Asociados, C.A. Venezuela.

Hurtado, Jacqueline (2007). **El Proyecto de Investigación. Comprensión holística de la metodología y la investigación**. Ediciones Quirón. Caracas. Venezuela.

Ley del Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (2008), Decreto N° 6.068. **Gaceta oficial N° 38.958**. Fecha, 23 de junio 2008.

Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.236**. 26 de julio de 2005. Caracas. Venezuela

Ley Orgánica del Trabajo, de los Trabajadores y Trabajadoras. **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.076 (Extraordinaria)**. 07 de Mayo de 2.012. Caracas. Venezuela

Lledó, Pablo (2009) **Director de Proyectos: como aprobar el PMP sin morir en el intento**. Trafford Publishing. Canadá.

Mejías, Angela y Paredes, Mauricio (2013). **Responsabilidad Social Empresarial (RSE): Como contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental en kia**. Trabajo de Grado. Presentado ante la Universidad San Buenaventura en Santiago de Cali. Colombia.

Mintzberg, Henry y Quinn, James (2003). **El Proceso Estratégico: Conceptos, contextos y casos**. Cuarta Edición. Editorial Prentice - Hall / Hispanoamericana. México.

Newstron, Jonh (1985). **Comportamiento Humano en el Trabajo: Comportamiento organizacional**. Editorial Mc Graw – Hill. México.

Orjuela, Sandra (2011). Responsabilidad Social Empresarial: El papel de la comunicación en la ISO 26000. **Revista Saber UCAB**, (23), 179 – 197.

Páez, Tomas (2010) **Responsabilidad Social Empresarial XIX Seminario Internacional AISO**. Editorial CEC, S.A. Caracas. Venezuela.

Páez, Tomas (2004). **Estrategia Empresarial y Calidad de Gestión** Cuarta Edición. Editorial INSOTEV. Caracas. Venezuela.

Parella, Santa y Martins, Feliberto (2006). **Metodología de la Investigación Cuantitativa**. Segunda edición. Editorial Fedupel. Caracas Venezuela.

Pelekais, Cira y Aguirre, Rene (2008). **Hacia una Cultura de Responsabilidad Social**. Editorial Pearson Educación. México.

Pérez, Luisana y Yopez, Ekacherine (2010). **Gestión de Responsabilidad Social Empresarial como estrategia de Negocio de una empresa metalúrgica ubicada en Valencia, Edo Carabobo**. Trabajo de Grado. Presentado en la Universidad de Carabobo, Bárbula. Venezuela.

Quigley, Joseph (1996). **Visión: Cómo la desarrollan los líderes, la comparten y la sustentan**. Editorial Mc Graw - Hill. Bogotá. Colombia.

Robbins, Stephen (2004[). **Comportamiento Organizacional**. Décima Edición. Editorial Prentice Hall. México.

Ruiz, Ronald, Guzmán, Javier y De la Rosa, Josep (2009). **Dirección Empresarial Asistida: Cómo alinear estratégicamente su organización.** Editorial Visión Net. Madrid. España.

Santesmases, Miguel (2001). **Marketing conceptos y Estrategias.** Cuarta edición. Ediciones Pirámide. Madrid. España.

Sarmiento, Santiago (2010). Gestión Estratégica: Clave para la responsabilidad social de las empresas. **Revista Dimensión Empresarial,** (V 8, N° 2), 24 – 37.

Serna, Humberto (2003). **Gerencia Estratégica.** Tercera Edición. Editorial Norma. Bogotá. Colombia

Schermerhorn, Jonh; Hunt, James y Osborn, Richard (2005). **Comportamiento Organizacional.** Editorial Limusa Wiley. México.

Smith, Yamile (2013). **La Investigación Social en Proceso: Ejercicios y respuestas.** Tercera Edición. Dirección de Medios y Publicaciones. Departamento de Producción Editorial Universidad de Carabobo. Valencia. Venezuela.

Tamayo y Tamayo, Mario (2003) **El Proceso de la Investigación Científica.** Cuarta Edición. Limusa Noriega y Editores. México.

Universidad Bicentenario de Aragua (2012): **Guía Para la Presentación del trabajo especial de Grado.** Centro de Investigaciones de La Universidad Bicentenario de Aragua. Maracay. Venezuela.

Zapata Álvaro, Murillo Guillermo, Martínez Jenny, Hernán Carlos, Salas Jairo, Ávila Hernán y Caicedo Alexander (2008). **Teorías Contemporáneas de las Organizaciones y del Management.** Ediciones ECOE. Bogotá. Colombia.

ANEXOS

ANEXO A

Cuestionario

Estimado trabajador, a continuación se presenta el siguiente cuestionario el cual sirve como instrumento de recolección de datos para el Trabajo de Grado titulado **“CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN UNA EMPRESA DE SERVICIO DEL SECTOR PRIVADO UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO”**. El mismo está siendo elaborado por los Bachilleres Gámez, Antonio y Medina, Enrique; para ser presentado en la Universidad de Carabobo. Se espera poder contar con su valiosa colaboración, tenga en cuenta que los datos recabados serán tratados con estricta confidencialidad y anonimato por los investigadores, y sólo serán utilizados con fines académicos.

Instrucciones:

- 1. Marque con una equis (X) la opción que considere más acertada, en las preguntas de selección múltiple, para cada una de las siguientes afirmaciones.**
- 2. Si no conoce la respuesta no marque ninguna opción.**
- 3. Sólo puede marcar una opción de respuesta por cada afirmación.**
- 4. Si tiene alguna duda consulte con la persona que le suministró el cuestionario.**

ANEXO A (cont.)

N°	Ítems	SI	NO
1	¿La organización ejecuta un programa definido de Responsabilidad Social Empresarial?		
2	¿La Responsabilidad Social Empresarial es incorporada como principio fundamental dentro cultura organizacional de la empresa?		
3	¿La organización promueve estrategias de Responsabilidad Social Empresarial?		
4	¿La organización realiza constantes aportes a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial de la organización?		
5	¿Desde la gerencia se considera un objetivo alcanzar la Responsabilidad Social Empresarial?		
6	¿Se lleva a cabo la planificación de programas dirigidos a la Responsabilidad Social Empresarial?		
7	¿La gerencia supervisa la implementación de los programas de Responsabilidad Social Empresarial?		
8	¿Existe preocupación por mejorar las condiciones de trabajo de los empleados más allá de las exigencias legales?		
9	¿La empresa genera programas de capacitación?		
10	¿Existen beneficios adicionales en el área de la salud para los trabajadores y/o sus familiares (HCM)?		
11	¿La empresa cuenta con algún procedimiento destinado a conocer el nivel de satisfacción de sus clientes?		
12	¿La empresa considera la opinión de sus clientes en cuanto a sus productos y servicios?		
13	¿En la empresa existe un departamento o persona destinada a la Atención del Cliente?		
14	¿La empresa dispone de procesos orientados a la preservación medioambiental?		
15	¿Se consideran aspectos ambientales al seleccionar proveedores?		
16	¿La empresa cuenta con un programa de reciclaje?		
17	¿Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad?		
18	¿En la misión y visión de la empresa se incluyen consideraciones sobre la Responsabilidad Social Empresarial?		
19	¿La empresa dispone de Códigos de Ética o Conducta formales?		

ANEXO A (cont.)

Nota: Marque la o las opciones que considere.

20	<p>¿Cuál es el aspecto clave que considera debe tener presente la empresa para un programa de Responsabilidad Social Empresarial?</p> <ul style="list-style-type: none"> - La Comunicación dentro de la Organización..... - Las Necesidades de la Comunidad..... - Los Riesgos Ambientales de la Practicas de la Empresa..... - La Estructura organizacional de la Empresa..... - Otro aspecto: (indique cual) _____ 	
21	<p>¿Mediante que estrategias se debe llevar a cabo la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la empresa?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Los Valores y Principios Éticos..... - El Ambiente de Trabajo y Empleo..... - El Apoyo a la Comunidad..... - La Protección del Medio Ambiente..... - El Marketing Responsable..... 	
22	<p>¿Quién debe encargarse de la supervisión y verificación del programa de Responsabilidad Social Empresarial?</p> <ul style="list-style-type: none"> - El Gerente de RRHH..... - Director de Control de RRHH..... - Un empleado de la Dirección de Control de RRHH..... - Un Nuevo Cargo como Supervisor de RSE..... - Otro cargo existente: (indique cual) _____ 	

Gracias por su Colaboración!!

ANEXO B



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



Entrevista Semiestructurada dirigida al Gerente General de la empresa una empresa de servicio del sector Privado ubicada en Valencia estado Carabobo

1. ¿La empresa cuenta con un programa de Responsabilidad Social Empresarial?
2. ¿Desde el Departamento de Recursos Humanos se gestiona alguna política de Responsabilidad Social Empresarial?
3. ¿Cuáles estrategias de capacitación y desarrollo dirigidas a los empleados implementa la empresa?
4. ¿La empresa aplica estrategias de marketing responsable?
5. ¿La empresa implementa programas dirigidos a la preservación del medio ambiente?
6. ¿La empresa promueve el apoyo a la comunidad?
7. ¿La empresa promueve los valores éticos entre sus empleados?
8. ¿Cuáles considera son las pautas a seguir para diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial en la organización?
9. ¿Cuáles son las debilidades y fortalezas que posee la empresa en función de implementar un programa de Responsabilidad Social Empresarial?
10. ¿Qué estrategias considera apropiadas para asegurar el fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial en la organización?

ANEXO C



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



CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN FUNCION DE LOS DESAFIOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN UNA EMPRESA DE SERVICIO DEL SECTOR PRIVADO EN VALENCIA ESTADO CARABOBO

Gamez Antonio C.I
16.447.674 Enrique
Medina C.I 17.065.080

	1	2	3	4	5	
KUDER Y RICHARSON						
Items	A	B	C	D	E	TOTAL
1	1	1	1	1	1	5
2	1	1	1	1	2	6
3	2	2	2	1	1	8
4	2	1	2	2	2	9
5	2	2	1	2	1	8
6	2	1	2	1	1	7
7	1	1	1	1	-2	6
8	2	2	2	1	2	9
9	2	1	1	2	1	7
10	2	1	2	1	1	7
11	1	1	1	1	2	6
12	1	2	1	2	1	7
13	2	2	2	1	2	9
14	2	1	2	1	1	7
15	2	1	2	1	1	7
16	2	1	2	1	2	8
17	1	1	1	2	1	6
18	2	1	2	1	1	7
19	2	1	2	1	2	8
TOTAL	32	24	30	24	27	137
Varianza Ítem						1.287
Varianza Total						10.240

Valores de probabilidades de éxito y fracaso

	A	B	C	D	E
TOTAL SI	6	14	8	14	11
TOTAL NO	13	5	11	5	8
SUMA	19	19	19	19	19
VALOR P	0.32	0.74	0.42	0.74	0.58
VALOR Q	0.68	0.26	0.58	0.26	0.42
P x Q	0.22	0.19	0.24	0.19	0.24
TOTAL	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
$\Sigma p1*q1=$	1.09				
Kr=	0.9431				

Interpretación: Existe correspondencia entre las respuestas de los ítem, lo que significa que es un instrumento confiable, ya que el resultado se encuentra dentro de los parámetros establecidos como son 0 y 1, en donde se considera un instrumento confiable aquel que sea mayor o igual a 0,51

Codificación: SI = 2 ; No = 1 p =si; q= no

$$K_r = K/K-1 \cdot (SX2 - \Sigma p1 \cdot q1 / SX2)$$

$$\Sigma p1 \cdot q1 = 1.09$$

$$K_r = 19/18 \cdot [(10,240 - 1.09/10,240)]$$

$$K_r = 0,9431 \cdot 100 = 94.31 \%$$

Instrumento Confiable

B. Valera ... V 757515Y

Profesor de Estadística
BRUNO M. VALERA H.
C.I. V. 7.575.154

ANEXO D



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



CONSTANCIA

Yo, Themis E. Sandoval Uzcategui venezolano(a), titular de la C.I. N°: 9.678.556, de profesión Lic. Relaciones Industriales; por medio de la presente constancia, doy validez al cuestionario presentado para mi revisión por las bachilleres: Antonio, Gámez C.I. 16.446.674 y Enrique Medina C.I. 17.065.080; el cual cumple con los requisitos de pertinencia, construcción, congruencia y objetividad exigidos para la investigación titulada: **CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN UNA EMPRESA DE SERVICIO DEL SECTOR PRIVADO UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO**; por lo tanto, puede ser aplicado para la recogida de datos.

En Valencia, a los 19 días del mes de Mayo del año 2015

Profesor: Themis Sandoval

C.I.: 9.678.556

ANEXO E



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



CONSTANCIA

Yo, Tarys Vizcarrondo, venezolano(a),
titular de la C.I. N°: 7.062.705 de profesión Lic. Relaciones Industriales.

por medio de la presente constancia, doy validez al cuestionario presentado para mi revisión por las bachilleres: Antonio, Gámez C.I. 16.446.674 y Enrique Medina C.I. 17.065.080; el cual cumple con los requisitos de pertinencia, construcción, congruencia y objetividad exigidos para la investigación titulada: **CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES Y LABORALES EN UNA EMPRESA DE SERVICIO DEL SECTOR PRIVADO UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO;** por lo tanto, puede ser aplicado para la recogida de datos.

En Valencia, a los 21 días del mes de Mayo del año 2015

Tarys Vizcarrondo
Profesor: Tarys Vizcarrondo
C.I.: 7.062.705

ANEXO F



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



CONSTANCIA

Yo, José Luis Tomealba Nava, venezolano(a),
titular de la C.I. N°: 16448410, de profesión Lcdo EN P.R.I.T.;
por medio de la presente constancia, doy validez al cuestionario presentado
para mi revisión por las bachilleres: Antonio, Gámez C.I. 16.446.674 y Enrique
Medina C.I. 17.065.080; el cual cumple con los requisitos de pertinencia,
construcción, congruencia y objetividad exigidos para la investigación
titulada: **CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN FUNCIÓN DE LOS DESAFÍOS ORGANIZACIONALES
Y LABORALES EN UNA EMPRESA DE SERVICIO DEL SECTOR
PRIVADO UBICADA EN VALENCIA ESTADO CARABOBO**; por lo tanto,
puede ser aplicado para la recogida de datos.

En Valencia, a los 14 días del mes de Mayo del año 2015

Profesor: José Luis Tomealba
C.I.: 16448410