



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN**

**PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
INTERNO Y EXTERNO PARA LA EMPRESA
AGROPECUARIA APROCAO C.A DEL MUNICIPIO BERMÚDEZ
DEL ESTADO SUCRE. AÑO 2011**

Realizado por:

Joel Tovar
Karimar Salazar
Luinnis Cedeño.

Asesor: Ing. María L. Bruzco

**Trabajo de Curso Especial de Grado, Presentado Como Requisito Parcial para
Optar a los Títulos de Licenciados en Administración.**

Carúpano, Marzo 2011



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN**

**PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL
INTERNO Y EXTERNO PARA LA EMPRESA
AGROPECUARIA APROCAO C.A DEL MUNICIPIO BERMÚDEZ
DEL ESTADO SUCRE. AÑO 2011**

AUTORES:

Joel Tovar
Karimar Salazar
Luinnis Cedeño

ACTA DE APROBACIÓN

Trabajo de Grado Aprobado en nombre de la Universidad de Oriente por el siguiente jurado calificador; en la ciudad de Carúpano, a los (31) día del mes de Marzo de 2011.

Jurado Asesor

Ing. María L, Bruzco

C.I 5.876.202

INDICE

DEDICATORIA	v
DEDICATORIA	vi
DEDICATORIA	viii
AGRADECIMIENTOS	ix
LISTA CUADROS	x
LISTA FIGURAS	xi
RESUMEN.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	1
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	4
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	7
OBJETIVO GENERAL	7
OBJETIVOS ESPECIFICOS	7
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	8
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
Tipo de Investigación.....	10
Nivel de Investigación.....	10
Técnicas e Instrumento de Recolección de Información.....	11
Fuentes de Información.....	11
Población y Muestra.....	12
CAPITULO I.....	13
ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA AGROPECUARIA APROCAO,	

C.A. ESTADO SUCRE	13
1.1 RESEÑA HISTÓRICA	13
1.2 MISION	14
1.3 VISIÓN	15
CAPITULO II.	16
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SUS VINCULACIONES.	16
2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL.	16
2.1.1 Importancia.	19
2.1.2 Objetivos de la RSE.	19
2.1.3 Argumentos de la Responsabilidad Social Empresarial.	20
2.1.4 Alcance de la Responsabilidad Social Empresarial.	21
2.1.5 Beneficio Empresarial.	22
2.2 IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE RSE	22
2.2.1 La RSE Ante los Grupos Implicados.	23
2.2.2 Grupos de RSE.	24
2.2.3 La Responsabilidad Social con el Medio Ambiente.	25
2.2.4 Medidas concretas para el fortalecimiento de RSE	25
2.3 ESQUEMA METODOLÓGICO PARA LA REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.	26
2.3.1 Antecedentes:	26
2.3.2 Criterio de Selección.	26
2.3.3 Modalidad Operativa.	28
2.4 DIMENSIONES O CONCEPCIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	

EMPRESARIAL. _____	30
2.4.1 Concepción de la Responsabilidad Hacia el Entorno Interno.....	31
2.4.2 Concepción de la Responsabilidad Hacia el Entorno Externo.	32
2.4.3 Concepción Filantrópica.....	33
2.4.4 Concepción de Inversión Social.	33
2.4.5 Concepción de Ciudadanía Corporativa.	34
2.5 MODALIDADES PARA LA EJECUCIÓN DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL. _____	35
2.5.1 Modalidad Apoyo a Terceros.	35
2.5.2 Patrocinios	37
2.5.3 Donaciones en Efectivo.	37
2.5.4 Premios y Becas.....	38
2.5.5 Donaciones de Productos y Servicios.....	38
2.5.6 Voluntariado Corporativo.....	39
2.5.7 Uso de Recursos e Instalaciones de la Empresa.	40
2.5.8 Mercadeo Filantrópico.....	40
2.5.9 Modalidad Gestión Compartida.....	41
2.5.10 Alianzas Temporales.....	42
2.5.11 Convenios de Cooperación Interinstitucionales.	43
2.5.12 Asociaciones Empresariales de Membrecía.	43
2.5.13 Modalidad Ejecución Propia.....	44
2.5.14 Programas y Proyectos Sociales Empresariales.....	46
2.5.15 Fundaciones Corporativas.	46

2.6 BASES LEGALES.....	48
2.6.1 Constitución de la Republica Bolivariana de Venezuela.....	48
2.6.2 Ley Orgánica del Trabajo.....	50
2.6.3 Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social.....	51
2.6.4 Normas Relativas a La Responsabilidad Social Empresarial.....	52
CAPITULO III.....	59
ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.....	59
CAPITULO IV.....	72
LINEAMIENTOS DEL PROGRAMA PROPUESTO.....	72
PROGRAMA RSE APROCAO _____	72
CONCLUSIONES	76
RECOMENDACIONES	79
GLOSARIO DE TÉRMINOS.....	80
BIBLIOGRAFÍA.....	83
ANEXOS	vi
HOJA DE METADATOS	90

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen del Valle, que durante toda mi vida me han iluminado el camino y me han acompañado siempre en todo momento.

A mis Padres, por siempre haber creído en mí en todo momento, y por ser mis modelos a seguir. A ustedes les debo todo lo que soy, gracias por toda su voluntad, cariño, amor y afecto por nunca permitirme caer. Gracias por saber esperar, por este triunfo también es de ustedes. Los quiero mucho.

A mi Hermano por su apoyo, comprensión y toda la ayuda brindada en los momentos en que las he necesitado.

A toda la Familia Tovar Azócar por estar permanentemente al tanto de cómo evolucionaba mi carrera mis tías, tíos, primos y primas esta victoria también es de ustedes gracias por el apoyo prestado.

A mis compañeras Luinnis Cedeño y Karimar Salazar, por permitirme compartir esta experiencia con ellas estando siempre unidos, por tener mucha paciencia y apoyo mutuo para la consecución de nuestra meta.

A todos mis compañeros de clases, María V. Navarro, María J. González, Audys Villarroel, Roxana Millán, Andrys Osuna y Jesús Flores a todos gracias por apoyarme en todo momento y regalarme su amistad.

Joel Tovar

DEDICATORIA

A Dios y a la Virgen del Valle por iluminarme y darme la energía y fuerzas para poder llegar al final de mis estudios y completar este trabajo.

A mi madre por ser la mujer que ha apoyado incondicionalmente en momentos buenos y malos para finalizar este ciclo de mi vida.

A la memoria de mi primo que a pesar que está en el cielo fue un ejemplo a seguir.

A la memoria de mis abuelas por guiarme en el buen camino.

A mis sobrinos por ser inspiración para terminar mis estudios y darles un ejemplo.

A mis hermanos por apoyarme en todo momento y motivarme a seguir adelante y darme un ejemplo a seguir.

A mis tíos, en especial Toña que ha sido mi consejera y amiga y que de forma desinteresada ha ayudado al logro de mis objetivos.

A mi abuelo que ha sido un apoyo primordial en mi vida.

A mi vecino Daniel por estar siempre a mi lado y ser un apoyo incondicional.

A mis compañeros de clase (Freddy, Andreina, Liduska, Gabriel, José M, Franklin, Ana L, Wladimir.) y a todos aquellos que de una u otra forma me apoyaron y siempre estuvieron conmigo. Franklin V. por siempre estar presente en mi vida.

A mis compañeros de áreas (Luinnis y Joel) que supieron comprenderme y apoyarme.

A todos los profesores que me ayudaron al logro de mis objetivos Y en especial a un ser inolvidable que con su esfuerzo, dedicación, comprensión y enseñanza logro hacer de mí una persona de bien y aunque no esté físicamente forma parte primordial y necesaria para la culminación de mi carrera, este logro te lo dedico a ti papá que desde el cielo guías y proteges nuestros pasos y que en donde estés te sientas orgulloso de mi.

Gracias a todos por ser parte fundamental en este logro.

Karimar Salazar

DEDICATORIA

Después de tantos obstáculos vencidos y grandes sacrificios a lo largo de mi carrera anhelando que llegara el día, hoy puedo decir que he cumplido una meta mas en mi vida llenándome de satisfacción y deseos de superación.

A Dios Principalmente por ser mi apoyo y rayo de luz en todo momento, mi fe está afirmada en ti y gracias a eso he logrado llegar hasta aquí. No me sueltes la mano.

A mis padres Luis Cedeño y Teresa León, quienes me mantuvieron firme en todo momento enseñándome que con paciencia, amor y perseverancia toda es posible. Este logro forma parte de ustedes. Los Adoro.

A mi hijo Samil Ugas, porque me has enseñado a descubrir mi razón de existir y por ti he tenido la fuerza suficiente para lograr esta meta, eres mi vida, te amo.

A una persona muy especial, Gregori Ugas quien me ha fortalecido espiritualmente formado parte de mi vida, acompañándome en el camino y ha logrado poner a prueba mis límites. Mis triunfos son tuyos también, te amo.

A mi cuñada Greimarys Ugas y mi suegra Carmen Romero quienes me han brindado su ayuda y apoyo en la crianza de mi hijo.

A mis más cercanos amigos, quienes me han brindado su amistad incondicional, en especial (María J. González, María V. Navarro, Joel Tovar, Zamira Franco, Darlenis Díaz, Cesar Vásquez) y compañeros de clases que han facilitado la travesía de este viaje, a todos y cada uno de ellos que de alguna u otra forma han puesto su granito de arena para que hoy en día yo pueda cumplir mi objetivo.

Luinnis Cedeño

AGRADECIMIENTOS

A todas aquellas personas que de una u otra forma contribuyeron a la realización del presente trabajo.

A nuestra tutora, la Profesora María Lourdes Bruzco, quien estuvo dispuesta a buscarle soluciones a las situaciones surgidas, en la medida que se fue desarrollando el trabajo.

Al Profesor Edgar García, por sus valiosos aportes a través de sugerencias y orientaciones que contribuyeron a sustentar esta investigación.

A la Agropecuaria APROCAO C.A por todo su apoyo prestado y la información facilitada, específicamente al Señor Jesús Aliendres por su amabilidad y estuvo dispuesto en todo momento a colaborar en nuestra investigación.

A todos nuestros compañeros, quienes poniendo a prueba el más alto sentido de solidaridad, mediante ese constante respaldo que se concreto en vivencias para crecer y alcanzar mayor sensibilidad humana.

Joel Tovar.
Karimar Salazar.
Luinnis Cedeño.

LISTA CUADROS

Cuadro # 1: Distribución absoluta y porcentual en relación a la pregunta: Considera usted que en la Agropecuaria Aprocao C.A cumple con los siguientes aspectos establecidos en la Ley Orgánica del Trabajo como lo son:_____ 60

Cuadro # 2 : Distribución absoluta y porcentual en relación a la pregunta: Considera usted que la Empresa Agropecuaria Aprocao C.A cumple con los siguientes aspectos en la comunidad donde realiza su actividad comercial: _____ 62

Cuadro # 3: Distribución absoluta y porcentual en relación a la pregunta: ¿Cuáles de los elementos mencionados en la pregunta anterior considera usted como primordial para aplicar en la propuesta del Programa de Responsabilidad Social Empresarial? _ 64

LISTA FIGURAS

Grafico # 1: Distribución Porcentual con respecto a: Porque cree usted que es importante para la Empresa Agropecuaria Aprocao C.A contar con un programa de Responsabilidad Social Empresarial.	66
Grafico # 2: Distribución porcentual respecto a: Quienes son los actores clave interesados en el diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa Aprocao C.A.....	68
Grafico # 3: Distribución porcentual respecto a: Cuáles son las acciones concretas a incorporarse en el programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa Aprocao, C.A.	70



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE – CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN**

**PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL INTERNO
Y EXTERNO PARA LA EMPRESA AGROPECUARIA APROCAO C.A DEL
MUNICIPIO BERMÚDEZ DEL ESTADO SUCRE. AÑO 2011**

RESUMEN

La investigación que a continuación se presenta se realizó con el propósito de promover el desarrollo en los trabajadores y comunidad general que permiten realizar de forma eficaz las actividades de la empresa Agropecuaria APROCAO C.A, con el fin de facilitar el desempeño de la organización, tomando en consideración un conjunto de rasgos determinantes, como lo son: las condiciones actuales de la empresa ,los actores clave interesados, los elementos a considerar para la formulación del programa de RSE, las acciones concretas a incorporarse en el programa de RSE y el programa de RSE. Para llevar a cabo el análisis, se hizo necesaria la utilización del tipo de investigación de campo y descriptiva, apoyada en la revisión de fuentes bibliográficas y documentales, así como también de fuentes electrónicas (internet). La recopilación de la información se realizó a través de la aplicación de un guión semi-estructurado comprendido por 3 preguntas cerradas de selección simple y 3 abiertas, de igual forma, se elaboraron gráficos a través de los resultados del instrumento aplicado, posteriormente se analizaron los datos y se precisaron las características de la implementación del programa, razones por las cuales se proponen un conjunto de recomendaciones que permitan resolver la problemática de estudio. Como conclusión importante se indica que la empresa debe implementar un Programa de RSE, para que se mantenga la armonía y poder cumplir con las operaciones normales de la empresa, Palabras Claves: Responsabilidad Social Empresarial. Programa.

INTRODUCCIÓN.

Asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad (contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido y más), será para el mundo entero la peor catástrofe vivida. Son las organizaciones empresariales, los profesionales, el estado y las entidades educativas las que deben asumir una posición de liderazgo para combatir estos flagelos. Una de las principales propuestas de esta relación está representada por el pacto global, que surge como iniciativa de Kofi Anan en las Naciones Unidas, la cual nace el 31 de enero de 1999 y su principal objetivo es desarrollar una economía global y sostenible representada en la Responsabilidad Social de las Empresas.

Son las universidades, los gremios empresariales, los gobiernos territoriales, el estado, la misma iglesia y todas aquellas personas y organizaciones que de alguna forma inciden hoy en el mañana, los llamados a asumir un liderazgo con una posición ética, moral y de responsabilidad que no permita seguir construyendo un nefasto y fatídico futuro. Es por esto que la Responsabilidad Social Empresarial está llena de una serie de incentivos, donde el reconocimiento de los trabajadores es uno de los más importantes, el cual reside en el progreso social como parte de un proceso sistémico e integrado que viene como consecuencia del esfuerzo y la separación de los distintos ámbitos: económico, social, cultural y político. Solo así se entiende y se justifica los incentivos fiscales que el estado otorga a la empresa privada y que conducen a la utilización de la riqueza para redistribuirla y generar más. Por eso el empresario debe poner sus talentos, creatividad y la capacidad de innovación no solo al servicio de la empresa, sino también del país y de la sociedad que lo rodea.

La Responsabilidad Social propicia el mejoramiento de la calidad de la empresa, al contribuir a la formación permanente de todos los que en ella participan: accionistas, gerentes, profesionales y trabajadores, como personas co-responsables del mejoramiento de la sociedad. El tema de la Responsabilidad Social en las Empresas, aún no ha sido asimilado con la suficiente seriedad que merece, pues su filosofía y la forma en que se ha venido tratando, tiende a ir en contradicción con los intereses empresariales, los que son sin discusión alguna, producir ganancias, es decir, que la actividad empresarial sea un ejercicio rentable perjudicando el objetivo principal que la empresa desea alcanzar.

Según el artículo de la ley orgánica de prevención condiciones y medio ambiente de trabajo (LOPCYMAT). “se entiende por accidente de trabajo, todo suceso que produzca en el trabajador o la trabajadora una lesión funcional o corporal, permanente o temporal inmediata o posterior, o la muerte, resultante de una acción que pueda ser determinada o sobrevenida en el curso del trabajo, por el hecho o con ocasión del trabajo”. Sumado a esto la mencionada ley define en su artículo 70 que “las enfermedades laborales son los estados patológicos contraídos o agravados con ocasión del trabajo o exposición al medio en el que el trabajador o la trabajadora se encuentre obligado a trabajar, tales como los imputables a la acción de agentes químicos, biológicos, factores psicosociales y emocionales, que se manifiesten por una lesión orgánica, trastornos enzimáticos o bioquímicos, trastornos funcionales o desequilibrio mental, temporales o permanentes”.

En nuestro país existe un gran número de organizaciones sin importar su tamaño y capacidad económica que están afectando directamente a sus trabajadores a cortando su calidad de vida al no cumplir con un Programa adecuado Responsabilidad Social Empresarial así como su desempeño financiero.

Por tal motivo, el propósito fundamental de esta investigación se enfoco en una

proponer los lineamientos para un Programa de Responsabilidad Social Empresarial Interno y Externo para la Empresa Agropecuaria APROCAO C.A del Municipio Bermúdez del Estado Sucre Año 2011.

Para esta investigación se siguieron los pasos convenientes y oportunos de lo que respecta a una investigación de campo y descriptiva, obteniendo como principal fuente de información al personal que labora en la Empresa Agropecuaria APROCAO C.A. además de las actividades, principios normativas, lineamientos y políticas aplicados a los trabajadores de esta organización. La presente investigación tiene como propósito fundamental incentivar a los gerentes para que adquiera conciencia de que la Responsabilidad Social es una inversión que produce retornos en las utilidades y que los empresarios y directivos asumirán un liderazgo positivo en el tema.

Dicho trabajo de investigación está estructurado principalmente por planteamiento del problema, objetivos que persigue la investigación, justificación, metodología, progresivamente se desglosan cuatro capítulos que se disponen de la siguiente manera: En el capítulo 1 se plantean los aspectos generales de la empresa que incluye dónde está localizada, como está estructurada, cuáles y donde operan sus puntos de enlace, que funciones cumple, su misión y Visión. El capítulo 2 contiene las bases teóricas donde se define la RSE y sus instrumentos básicos, así como también, los beneficios que ofrece y los implicados en este proceso, además de las modalidades para hacer RS y un esquema con los lineamientos requeridos para ejecutar un programa de RSE. El capítulo 3 correspondiente al producto de la información obtenida de los trabajadores, a través de una guía de preguntas semi-estructurado donde se presenta el análisis y presentación de los resultados. Un capítulo 4 donde se establecen los lineamientos para la propuesta de un programa de RSE para la organización y por último las conclusiones correspondientes, recomendaciones, glosario de términos, bibliografías y anexos.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En los últimos tiempos las organizaciones a nivel mundial consideran la Responsabilidad Social como un elemento de vital importancia para cualquier empresa, dado que son ellas las que viven en un constante intercambio con la sociedad. Las empresas no solo deben trabajar para su beneficio propio, sino que también deben brindarle apoyo a sus trabajadores, clientes e incluso a la comunidad donde residen, mientras más grande sea la empresa mayor posibilidad de ayudar a otros puede tener. Por esta razón cada empresa, ya sea individual o mediante una fusión con otras organizaciones debe tener dentro de sus objetivos beneficiar a la sociedad de una manera u otra.

Brooking (1996, p.23) la Responsabilidad Social representa una visión de los negocios que incorpora el respeto por los valores éticos, las personas, las comunidades y el medio ambiente. En este mismo sentido la mayoría de los estudiosos en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial coinciden en que la fuerza de trabajo de una empresa no es su maquinaria sino el conocimiento de sus colaboradores.

La Responsabilidad Social trata de conseguir que no solo la empresa sea responsable con la sociedad, sino también que fundamente normas y procedimientos, de manera tal que activen la sensibilidad social de los empleados. La orientación Interna de la Responsabilidad Social abarca tres principales temas importantes, como lo son las relaciones con sus empelados, seguridad laboral y de salud y la gestión ambiental, mientras que la parte externa se orienta más que todo a los clientes proveedores y a la sociedad.

El capital intelectual de una empresa se basa en los valores éticos de Responsabilidad Social que posean los trabajadores y son ellos los que forman la cultura organizacional de las empresas. El respeto hacia las personas y al medio ambiente hace una gran diferencia en cuanto a competitividad, es necesario que las organizaciones entiendan que la Responsabilidad Social Empresarial no es un lujo, sino un requisito para poder tener éxito, y que los acontecimientos referidos a ésta ya no serán un secreto, sino que se conocerá rápidamente en el mundo entero.

Las organizaciones tienen de cierto modo obligaciones con sus empleados. De tal modo que en la medida que estas reconozcan las expectativas de las personas, en esa misma medida, se vuelven parte del contrato social. En un futuro no muy lejano se espera que las empresas que produzcan bienes para su beneficio propio, por lo menos contribuyan en mejorar el servicio de su comunidad.

En Venezuela, uno de los mayores desafíos es implementar los cambios necesarios para que las organizaciones sean social y ambientalmente sostenibles, permitiéndoles ser más competitivas en el mercado global.

Desde hace mucho tiempo algunas de nuestras empresas han venido implementando programas de Responsabilidad Social Empresarial como lo son: Petróleos de Venezuela, Polar, C.A; Supermercados Unicasa; Hacienda Santa Teresa; Banco de Venezuela; Productos Nestlé S.A entre otros. Sin embargo la principal colaboradora con la comunidad es petróleo de Venezuela, S.A PDVSA, que es la principal empresa del país, la cual es manejada por el gobierno, solo por este hecho es garantía de confiabilidad.

De esta misma forma, el sector privado también ha venido cumpliendo su cuota de Responsabilidad Social. Aunque ha sido un camino muy largo el país ha tenido beneficios de algunas empresas de este sector, aunque se espera que junto al sector

público trabajen a la par para lograr una mejor actividad social. Es necesario que las demás empresas tomen conciencia de la importancia de la solidaridad social e incluir dentro de sus objetivos el bienestar de su comunidad.

En el estado Sucre, específicamente en el municipio Bermúdez, opera la empresa Agropecuaria APROCAO, C.A pertenece al sector cacao, siendo responsable de suministrar toda la materia prima (cacao en grano, ensacado) a Productos Nestlé S.A. Al indagar entre sus empleados se encontró interés por el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, indicando que ellos cumplen importantes papeles para con la sociedad, las comunidades y los propios empleados; no obstante, admitieron la carencia de un programa formalmente definido. Es por ello que ante la situación planteada, la investigación está orientada a proponer un programa de Responsabilidad Social Empresarial de manera Interna y Externa.

Por tal motivo surgen las siguientes interrogantes:

1.- ¿De qué manera la empresa Agropecuaria APROCAO C.A, puede cumplir un programa de Responsabilidad Social Empresarial?

2.- ¿Cuáles son las condiciones actuales de la empresa Agropecuaria APROCAO C.A sobre los requerimientos necesarios para formular un programa de Responsabilidad Social?

3.- ¿Quién en la empresa Agropecuaria APROCAO C.A está interesado en la implementación de un programa de Responsabilidad Social?

4.- ¿Cuáles son los elementos claves para la formulación del Programa de Responsabilidad Social en la Agropecuaria APROCAO C.A?

5.- ¿Que acciones se tomaran en cuenta para la implementación de un programa de Responsabilidad Social en la Agropecuaria APROCAO C.A?

6.- ¿Cuál programa de Responsabilidad Social Empresarial es el adecuado para la empresa Agropecuaria APROCAO C.A?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.

OBJETIVO GENERAL

Proponer lineamientos para un programa de Responsabilidad Social Empresarial de manera interna y externa en la empresa Agropecuaria Aprocao, C.A, Bermúdez Carúpano Estado Sucre.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Diagnosticar las condiciones actuales de la empresa Agropecuaria Aprocao, C.A en cuanto a los parámetros requeridos para formular un programa de Responsabilidad Social Empresarial.
- Identificar los actores clave, interesados en un programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Aprocao, C.A
- Determinar los elementos a considerar para la formulación del programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Aprocao, C.A
- Definir las acciones concretas a incorporarse en el programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Aprocao, C.A
- Establecer lineamientos para un programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Aprocao, C.A.

JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.

El ritmo acelerado que ha venido experimentando la transformación de la sociedad, ha conllevado a que en la actualidad el alto grado de competitividad exigido a las empresas en el contexto de economía global obligue a implementar programas de responsabilidad social empresarial para cubrir las necesidades de los individuos, de alguna comunidad y el personal que labora en estas organizaciones. Es por ello que esta investigación está enfocada en conocer el alcance que tienen los diversos sistemas de responsabilidad social empresarial en el mundo de las organizaciones, y así mismo orientar su importancia para un excelente funcionamiento de la empresa a través de la cual se propone un programa de responsabilidad social empresarial a la agropecuaria APROCAO C.A, con la finalidad de ofrecerle mejoras a sus trabajadores y comunidad en general, fortaleciendo así el desempeño de la misma en un nivel óptimo.

Así mismo, la investigación se considera de gran importancia, debido a que los resultados proporcionan una información clara y precisa de los aspectos más relevantes en la responsabilidad social empresarial para una buena gestión por parte de agropecuaria APROCAO C.A. Así mismo, tiene el propósito de promover el desarrollo en sus trabajadores y comunidad general que permiten realizar de forma eficaz las actividades de la empresa.

En relación a lo expuesto anteriormente, se hace necesario que Agropecuaria APROCAO, C.A cuente con un sistema de responsabilidad social empresarial para brindar la oportunidad en cuanto a mejoras del medio ambiente, necesidades de las comunidades y mejora de la calidad de vida de los trabajadores con el fin de facilitar el desempeño de la organización. De esta misma manera, la investigación proporciona a los estudiantes de administración y contaduría, conceptos y

herramientas que le permiten conocer la realidad en cuanto a los programas de responsabilidad social empresarial y tener un documento de respaldo a posibles investigaciones que se lleven a futuro referentes al tema de investigación planteado.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

A continuación se detalla cada uno de los aspectos relacionados con la metodología que fueron seleccionados para desarrollar la investigación. En concordancia con el problema planteado referido a la propuesta de un programa de Responsabilidad Social Empresarial de manera interna y externa en la empresa APROCAO C.A, y en función de los objetivos propuestos, la investigación estuvo enmarcada dentro de la modalidad de campo, pues la recolección de información se obtuvo de manera directa a través del contacto con el objeto de estudio, es decir, de los datos suministrados por el personal que labora Agropecuaria Aprocao C.A.

Tipo de Investigación.

La investigación de campo según Arias (2006, p.31): “Es aquella que consiste en la recolección de datos directamente del sujeto u objeto de la investigación o de la realidad donde ocurren los hechos sin manipular o controlar variable alguna”.

Esta investigación es de campo, ya que la información que se obtuvo fue tomada del ambiente donde se desarrolla el problema y de los sujetos considerados como informantes clave.

Nivel de Investigación.

Para Salkin (1999), p. 11 “La investigación descriptiva reseña la características de un fenómeno existente”.

La investigación es de tipo descriptivo, debido a que se dirige a la búsqueda de información acerca de un hecho, fenómeno, situación o proceso, para describir sus aplicaciones, su forma de operar y cuáles son las características del mismo, permitiendo conocer cómo influye la implementación a nivel interno y externo del

programa de Responsabilidad Social Empresarial en la Agropecuaria APROCAO C.A.

Técnicas e Instrumento de Recolección de Información.

Según Arias (2006 p.67) “Se entenderá por técnica, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información...Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información”.

La técnica e instrumentación para la recolección de datos es una forma previamente establecida de recolectar informaciones necesarias para la realización de la investigación, mediante diferentes tipos de recursos aplicables al objeto de estudio para mantener almacenada y registrada la información.

En la realización de la investigación se utilizó como técnica de recolección de información la entrevista semi estructurada informal realizada en la Agropecuaria APROCAO C.A.

Fuentes de Información

Para el desarrollo de esta investigación se utilizaron fuentes tanto primarias como secundarias; las fuentes primarias de donde se extrajo la información fueron los empleados que laboran en la Agropecuaria APROCAO C.A a través de la aplicación de las técnicas e instrumentos de recolección de información. Las fuentes secundarias que se utilizaron fueron: material bibliográfico (libros, tesis, revistas, monografías), páginas Web, entre otros.

Población y Muestra.

Por tratarse de un estudio orientado hacia la propuesta de un programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Agropecuaria APROCAO C.A, y considerado que el número de personas que allí laboran es poco se tomó para el estudio la totalidad de la población debido a sus características y su número, lo que facilitó la exactitud de las respuestas pues no hay posibilidad de ocurrencia de desviaciones que pudieran perturbar los resultados.

No se calculó muestra, ya que se tomó la población en su totalidad.

CAPITULO I.
ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA AGROPECUARIA
APROCAO, C.A. ESTADO SUCRE

1.1 RESEÑA HISTÓRICA

Según testimonio elaborado por J. Aliendres, entrevistado en el mes de Diciembre del año 2010, fundador de la empresa, del cual se pudo obtener toda la información aquí descrita. La empresa Asociación Productores de Cacao Agropecuaria APROCAO, C.A fue constituida y debidamente registrada en fecha de 24 de Enero de 1989, en la Circunscripción Judicial del Distrito Federal y Estado Miranda. La sede de la administración está ubicada en la urbanización La Urbina. Caracas, Distrito Federal.

Esta empresa desde sus inicios tiene como presidente al Dr. César Guevara, anteriormente sus accionistas estaban conformados por Chocolates El Rey C.A, Chocolates Tres Estrellas Dos Coronas C.A, Caramelos Fiesta C.A, Chocolate Los Capachos C.A, Mavesa S.A, Chocolates Carbonera C.A, etc.

Actualmente sus accionistas principales son Nestlé, Chocolates El Rey, Carbonero, El Globo, Nucita y Mavesa.

Agropecuaria APROCAO C.A, se inició teniendo entre sus objetivos un carácter social, pero fue a raíz de la Resolución Presidencial publicada en gaceta oficial de 27 de Mayo de 1991, sobre la comercialización del cacao que se formularon los objetivos de la misma en una reunión extraordinaria de accionistas que fue efectuada el 24 de Junio de 1991. Resultando la orientación de sus actividades en

función de la nueva política cacaotera, priorizando sus funciones hacia las actividades de comercialización del cacao en granos, para el abastecimiento de las industrias procesadoras existentes en el país, abarcando no sólo el Estado Miranda, sino también Sucre, Barinas, Delta Amacuro, en donde tendrán unidades operativas.

En el Estado Sucre la oficina central de Agropecuaria APROCAO C.A, estuvo ubicada principalmente en Calle Acosta N° 95-A Carúpano durante, fue a partir del año 1999 que la empresa mudo sus oficinas a Calle Perú N° 8. En la oficina desde sus inicios se cuenta con un local amplio para almacenar el cacao

Agropecuaria APROCAO C.A además de la comercialización brinda asistencia técnica para asesorar y supervisar el proceso productivo para garantizar la producción, tratando de hacer un control de las variables que intervienen en el proceso. Esta sirve de centro de acopio, a fin de garantizarse los insumos que permiten el funcionamiento de la empresa a nivel nacional.

En la Agropecuaria APOCAO, C.A y todas sus filiales, desde 1991 hasta la fecha 2011 se continúa con el objetivo nacional de la comercialización del cacao en grano, para ser dado como materia prima a la industria procesadora de cacao existente o que pueda instalarse en el país.

1.2 MISION

Según, Rampersad (2006. Pág. 125) la misión empresarial contiene la identidad de una empresa e indica las razones de su existencia: ¿Por qué, En qué grado y para quien existe? ¿Cuál es el objetivo final y la principal función de la empresa? ¿Qué necesidades básicas proporcionan y quiénes son sus partes interesadas más importantes? Una misión formulada eficazmente crea una sensación de unidad en el comportamiento de los empleados, refuerza su similitud de pensamiento y mejora tanto la comunicación como la atmosfera dentro de la empresa.

Somos una empresa de servicios que ofrece decidido apoyo al productor cacaotero para garantizar un adecuado abastecimiento de cacao en granos a la industria procesadora y contribuir al rescate del prestigio internacional del cacao criollo venezolano.

1.3 VISIÓN

Según, Rampersad (2006. Pág. 125) La visión empresarial contiene el sueño más ambicioso de la empresa. Proporciona una visión compartida de un deseo y una situación futura factible, así como el camino necesario para llegar hasta allí. Indica lo que la empresa quiere conseguir, lo que es esencial para su éxito y que factores críticos de éxito la hacen única. Los estándares valores y principios también forman parte de la visión empresarial.

Ser reconocidos como la empresa líder en la prestación de servicios y apoyo al productor cacaotero, a través de la experiencia de nuestro personal y nuestra gran calidad de servicios.

CAPITULO II.

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SUS VINCULACIONES.

Hoy en día, el sistema económico ha implementado las actividades sociales como un instrumento útil de estrategia, no es la idea que las empresas resuelvan los problemas de un sector ajeno, pero si es importante que se involucren con las comunidades para generar valor social y económico. En este capítulo se presentan aspectos significativos para el desarrollo de la investigación en la que incluye bases teóricas y bases legales.

2.1 RESPONSABILIDAD SOCIAL.

La responsabilidad social empresarial a pesar de que no es un tema innovador, en estos últimos años ha adquirido mayor importancia, pues tanto empresarios como gerentes se han humanizado y han tomado control en los problemas sociales que afectan sus comunidades. Existen varias definiciones de Responsabilidad social Empresarial, todas se relacionan con los objetivos económicos, los impactos sociales y medioambientales.

Al respecto Chiavenato (2002, p.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 trata de alcanzar sus propósitos objetivos. Se refiere al grado de eficiencia y eficacia de una organización para asumir sus responsabilidades sociales.

Con esta definición explica el autor que la Responsabilidad Social es un compromiso que la empresa acarrea con la comunidad a través de actividades o proyectos que beneficien a la sociedad en general, logrando con esto sus objetivos.

Por su parte Robbins y Coulter (2005, p. 145) afirman: “La responsabilidad social es la obligación que va más allá de lo requerido por la ley y la economía que tienen una compañía, de buscar metas a largo plazo que sean benéficas para la sociedad”.

Así mismo Koontz y Weihrich (1997, p.215) señalan: “La habilidad de una corporación para relacionar sus operaciones y políticas con el medio social, en forma tal que resulten mutuamente benéficas para la compañía y la sociedad”. Por otra parte Guillen (2005) p. 272 establece la RSE desde diferentes puntos de vista:

- 1.- RS, entendida como obligación social: Es aquella perspectiva teórica que define que la única responsabilidad de una organización, es realizar su actividad dentro de los límites legales y normativos que impone la sociedad.
- 2.- RS, entendida como reacción social: Se define como realización de su actividad sin limitarse exclusivamente a los límites legales o normativos vigentes, sino dando respuestas a los requerimientos o exigencias de los diversos grupos sociales.
- 3.- RS, entendida como sensibilidad social: Defiende que la RS de una organización es realizar su actividad sin limitarse exclusivamente a cumplir las leyes y reglas del juego, sino anticipándose a las necesidades sociales.
- 4.- RS, entendida como actuación social: Es la perspectiva teórica que define la responsabilidad social de una organización debe estar integrada en todas sus acciones, y por tanto, debe contar con principios éticos de responsabilidad social.

Las acciones en Responsabilidad Social Empresarial han venido acrecentándose y encausándose en las necesidades de los países y en los Objetivos de Desarrollo del milenio. Para las empresas, a nivel global, hay un reto actual de competitividad

basado en la sostenibilidad y compromiso social. Las corporaciones y empresas dan nuevos pasos hacia la gestión y gobierno corporativo más transparente, hacia la operacionalización de políticas de Responsabilidad Social Empresarial y el desarrollo de programas de inversión social.

Las empresas muestran avances en la implementación de nuevas metodologías e indicadores estandarizados para medir los impactos de sus acciones en Responsabilidad Social Empresarial y han ingeniado prácticas novedosas para crear cadenas de valor con comunidades productivas a escalas muy pequeñas. Entretanto la pequeña y mediana empresa ha comenzado a discutir el tema del compromiso y de la Responsabilidad Social Empresarial y a diseñar prácticas que le permitan incorporarse al enfoque de sustentabilidad tomando en consideración lo ambiental, lo económico con lo social y las realidades locales.

Por todo lo anteriormente expuesto, una organización socialmente responsable es aquella que cumple con las siguientes obligaciones:

- Incorpora objetivos sociales a su proceso de planeación.
- Aplica normas comparativas de otras organizaciones en sus programas sociales.
- Presenta informes a los miembros organizacionales y a los socios sobre los progresos en la responsabilidad social.
- Experimenta diferentes métodos para medir el desempeño social.
- Procura medir los costos de los programas sociales y el retorno de las inversiones en programas sociales.

2.1.1 Importancia.

A través de Fernández (2009), se pudo señalar que la importancia de enseñar Responsabilidad Social Empresarial a los ejecutivos reside en que es la nueva forma de gestión, el mundo cambio, la forma de hacer negocios también cambio. Más que importante, es necesario, porque lamentablemente en la mayoría de las universidades no se les da la adecuada formación respecto de estos temas, entonces resulta que tenemos ejecutivos, serios, exitosos, pero que no comprenden el rol social que deben cumplir, es decir que no sólo tienen responsabilidad frente a los accionistas, sino también frente a la sociedad en su conjunto. La Responsabilidad Social Empresarial es un mecanismo más para que los ejecutivos y las empresas retornen a la sociedad lo que ésta les ha brindado. Hoy es imposible pensar en empresas que no trabajen la Responsabilidad Social cuando es tan necesaria.

En la perspectiva que aquí abordamos la Responsabilidad Social posee gran importancia puesto que las empresas son entes sociales, por lo tanto deben trabajar en pro de la comunidad, de esta manera ejerce gran influencia en ella logrando su apoyo incondicional, obteniendo beneficios tanto para la empresa en si como para la sociedad y el ambiente que lo rodea.

Es importante resaltar que las acciones gubernamentales tendrán menos efectos y serán menos preocupantes cuando la empresa cumpla obligaciones sociales. No obstante deben regirse bajos las políticas que están dentro del marco legal, disminuyendo de esta manera cualquier dificultad que pueda interferir en la ejecución del plan de Responsabilidad Social.

2.1.2 Objetivos de la RSE.

Para Reyno (2007,p. 31) en lo concerniente a los objetivos de la RSE:

Los objetivos de RSE están vinculados a las necesidades de los grupos sociales e individuales afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de esta.

Estos grupos de interés equivalen tradicionalmente denominados en la contabilidad financiera, usuarios, en un enfoque de empresa socialmente responsable que se considera ciudadano corporativo.

Dentro de los grupos de interés podemos identificar aquellos que se encuentran dentro de la estructura de la organización, denominados interno y externos que no están en su estructura pero que se relacionan con esta desde su independencia orgánica.

2.1.3 Argumentos de la Responsabilidad Social Empresarial.

En cuanto a RSE Boland y otros (2007, p.147) presentan los siguientes argumentos:

A) Argumentos Positivos.

- Expectativas al público: La opinión pública está a favor, mayoritariamente de que empresas se propongan tanto objetivos sociales como económicos, por ejemplo la protección del medio ambiente.
- Utilidades a Largo plazo: El comportamiento responsable conlleva a una mejor imagen para la empresa y mejora las relaciones con la comunidad, con lo cual tiende a obtener utilidades seguras a largo plazo.
- Obligación ética: Las organizaciones deben y pueden adoptar una conducta ética y acciones socialmente responsable, son correctas en si mismas.
- Imagen pública: Las organizaciones en general buscan resaltar su imagen para

- Intereses de los accionistas: La Responsabilidad Social mejora a largo plazo el precio de las acciones en la compañía. El mercado accionario juzgará como menos riesgoso a la empresa que es socialmente responsable.

B) Argumentos Negativos.

- Va en contra de la maximización de las utilidades: Este es el eje del argumento clásico, las empresas son responsables socialmente cuando atienden en forma estricta sus intereses económicos.
- Costos: La actividad socialmente responsable conlleva incrementos de costos y alguien tiene que pagar los absorbe el negocio o se transfiere a los clientes por medio de incrementos en los precios.
- Falta de responsabilidad: Los representantes políticos buscan metas sociales y son responsables de sus acciones, pero no es el caso de los ejecutivos. No hay líneas directas de responsabilidad social del sector privado hacia el público.

2.1.4 Alcance de la Responsabilidad Social Empresarial.

Salazar y Salazar (2008)

La responsabilidad Social toca temas como es el compromiso de cumplir con las responsabilidades tributarias, el respeto hacia la sociedad por medio de la comunicación, el respeto a los derechos humanos, con mejores condiciones de vida para los obreros de una empresa, con su capacitación y desarrollo profesional, con facilidades para las personas discapacitadas que de alguna manera u otra les permite integrarse de manera activa a la sociedad, dándole facilidades de transporte, de acceso a mercados comerciales y edificaciones.

Ser socialmente responsable no es solo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

2.1.5 Beneficio Empresarial.

Salazar y Salazar (2008)

El inicio de la RSE en las empresas no pueden ser acciones aisladas, deben ir de la mano de la misión, visión, valores y estrategia de la organización. Es allí donde repercute el éxito de un negocio, en saber mantener un balance y una coherencia entre todas esas tareas. Cuando los empresarios pongan a la par su negocio con actividades sociales, la imagen de la compañía mejorará de una manera inimaginable.

Anteriormente, se solía relacionar el concepto de RSE 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 esos sectores de bajos recursos y éstos, a su vez, están pasando de ser beneficiarios a clientes potenciales, proveedores y hasta socios. Los empresarios los ven ahora como actores económicos, impulsando beneficios no sólo para este sector, sino también para la empresa.

2.2 IMPLEMENTACIÓN DE UN PROGRAMA DE RSE

Mondy y Noe (2005, p. 32) relacionado a los pasos a seguir para la implementación de un programa de RSE.

1.- Se debe asignar a una persona como responsable del programa y desarrollar una estructura. Esta persona debe reportar por lo menos, a los niveles directivos o a un

miembro del consejo de administración.

2.- Se debe establecer una revisión de lo que la empresa está haciendo en ese momento con respecto a la RSE. Se debe determinar la diferencia entre donde está la empresa en el presente y donde desea estar.

3.- Se establece las expectativas y perspectivas de los accionistas.

4.- Se redacta una declaración de políticas que abarquen áreas de la RSE, como asuntos ambientales, sociales y comunitarios.

5.- Se debe desarrollar una serie de objetivos corporativos y un plan de acción para implantar las políticas.

6.- Deben crearse metas cualitativas y cuantitativas para toda la empresa indicadores de desempeño clave durante un periodo de dos a cinco años juntos con mecanismos necesarios de medición, supervisión y auditoría. Estas acciones y estrategias se deben centrar en los negocios principales de la organización.

7.- Es necesario comunicar la dirección de la RSE en esta empresa a los grupos de interés y a los administradores de fondo.

8.- Se debe determinar el avance del programa de RSE.

9.- Se debe presentar un informe del proceso de este programa. El programa de RSE no debe ser un intento de una sola vez, sino más bien un esfuerzo continuo de supervisión e información de los logros de la empresa en el área de la RS.

2.2.1 La RSE Ante los Grupos Implicados.

Guillen (2005, p. 284)

- **Grupos Implicados Directos:** Aquellas personas que configuran la organización y que son los artífices en sentido estricto, de la puesta en práctica de la misión específica de la organización. Entre los grupos implicados directos se encontrarían quienes crean la organización y ostentan su posesión en sentido material y económico, así como todos los miembros que la integran, tengan o

- **Grupos Implicados Indirectos:** Se incluirán aquellos que aportan los recursos necesarios para que pueda ser realizada la actividad de la organización (materiales, equipos, tecnología, información, fondos financieros, etc.) sin los cuales no podría llevarse a cabo la misión específica. A estos grupos de personas implicadas indirectamente en la misión específica habría que añadir los grupos implicados que, de modo más o menos indirecto son destinatarios de la actividad de la organización, sin las cuales no tendría sentido su existencia (destinatarios y comunidad afectada).

2.2.2 Grupos de RSE.

- **Las Responsabilidades Primarias de una Organización:** Serían las obligaciones que se tienen para con aquellas personas directamente implicadas en la existencia de la organización, en su finalidad última o misión específica. o lo que es lo mismo, las personas que son artífices directos de su misión específica.
- **Las Responsabilidades Secundarias de una Organización:** Serían las obligaciones que se tienen para con aquellas personas indirectamente implicadas en la misión específica de la organización, y estarían por detrás de las responsabilidades que se tienen para con aquellas personas que directamente la hacen posible. Si no hubiera destinatarios a los que servir (los clientes, la comunidad local), la misión de la organización no tendría sentido, no tendría razón de ser. Y sin la presencia de suministradores (proveedores, entidades financieras, gobiernos locales) no sería posible la actividad de la organización.

- **Las Responsabilidades Terciarias de Una Organización:** Serían las obligaciones que se tienen para con aquellas personas o agentes sociales no implicadas en la misión específica de la organización, pero que forman parte de la sociedad en su conjunto. Estas responsabilidades estarían por detrás de las responsabilidades primarias y secundarias. Entre los grupos sociales, ante los que tenía responsabilidad terciaria estarían todos aquellos que contribuyen en una determinada comunidad o país a la mejora económica, social, cultural, espiritual etc. En definitiva, todos los actores sociales que rodean a la organización, aunque no estén implicados en su misión específica.

2.2.3 La Responsabilidad Social con el Medio Ambiente.

Implica que las personas y las organizaciones, por actuar de modo racional y libre, están en condiciones de valorar los efectos de sus acciones para con el medio ambiente, y por ser esto un bien común, presente y futuro, debe ser respetado. La obligación de respeto hacia el medio ambiente adquiere su carácter de norma ética en la medida en que es un bien fundamental de la persona. Y como todo bien humano, para su logro requiere de virtudes personales que pueden ser desarrolladas y educadas, y que se refieren, precisamente, a los comportamientos habitualmente respetuosos con el entorno, incluidos aquellos que se producen en la organización.

2.2.4 Medidas concretas para el fortalecimiento de RSE

Según Fernández (2009. Pag. 248) Se basa en cuatro categorías básicas que son:

- Obligar o regular
- Facilitar o fomentar

- Colaborar o aliarse
- Respaldar o promover

2.3 ESQUEMA METODOLÓGICO PARA LA REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Zapata y Marcano (2008; p. 85)

No existe un decálogo o manual de instrucciones que se utilice de manera generalizada para emprender un programa de responsabilidad social empresarial, sin embargo Charo Méndez en su libro Responsabilidad Social Empresarios y Empresas en Venezuela Durante el Siglo XX sugiere un esquema que considera una aproximación metodológica y lo describe de la siguiente manera:

2.3.1 Antecedentes:

- Analizar las expectativas que genera la empresa: con relación a su tamaño, tipo de accionistas, cobertura geográfica e impacto de su actividad productiva.
- Analizar las actuaciones sociales de empresas similares y específicamente de sus competidores.
- Analizar las obligaciones legales que tiene la empresa y los incentivos legales de que dispone.
- Analizar los mandatos y preferencias de los accionistas.

2.3.2 Criterio de Selección.

A.- vinculación del negocio.

- Revisar intereses por vincularse a la actividad productiva: a los productos y servicios que genera o contenidos de su actividad productiva.
- Revisar intereses por vincularse a grupos específicos: a clientes potenciales, afectados por la operación productiva o a grupos que generen opinión y presión.
- Revisar interés por vincularse al lugar de operación: entorno operativo, zona de influencia directa, zona de impacto cobertura de mercado y precisar cobertura geográfica nacional regional o local.

B.- Interés Fundamental.

- Identificar los objetivos de la empresa para realizar la actuación (proyección o exposición pública, aceptación del entorno o de las autoridades, reconocimiento y reputación social, lealtad de consumidores, legitimidad frente a terceros e impacto social).

C. Área temática.

- Seleccionar un área o áreas no atendidas por el estado, por otras empresas o por empresas de la competencia.
- Definir problemas prioritarios: identificados de esta forma por la población, por las consecuencias o por volumen de la población afectada.
- Clasificar áreas temáticas: educación, salud, cultura, historia, ambiente, protección social, economía local, ciencia, ciudadanía, derechos humanos, agricultura y desarrollo local.
- Identificar el área temática con una cultura vigente del país, con una convención internacional o con una constitución vigente.

D. Destinatarios.

- Seleccionar un grupo o grupos prioritarios: porque ameritan ser atendidos, por ser grupos mayoritarios o por ser grupos vulnerables.
- Clasificar población objetivo: niños, jóvenes, mujeres, hombres, ancianos, familias, discapacitados, indígenas, afro descendientes, entre otros.
- Identificar organizaciones aliadas: asociaciones de vecinos escuelas, centros asistenciales, iglesias, organizaciones no gubernamentales, asociaciones comunitarias, cuerpos de bomberos, comunidades anfitrionas, gobiernos locales, entre otros.

2.3.3 Modalidad Operativa.

A.- Nivel de Compromiso:

- Seleccionar modalidad o modalidades: apoyo a terceros, gestión compartida o ejecución propia.
- Definir el rol de la empresa: proveedor de recursos, diseñador, ejecutor, orientador o evaluador.

B.- Intensidad.

- Precisar el grado de continuidad y frecuencia: puntual, permanente o institucional.
- Precisar tiempo de logro para obtener resultados.

C.- Significación.

- Identificar el logro esperado: contribución técnica o financiera, mantenimiento de acciones, aumento de cobertura, mejora de calidad, producción de

D.- Instrumentos.

- Seleccionar instrumentos: patrocinios, donaciones en efectivos, premios, becas, cátedras, donaciones de productos, voluntariado, uso de instalaciones, fondo, fideicomisos, publicaciones, mercadeo filantrópico, campañas, alianzas, concursos, exposiciones, eventos, estudios, colecciones convenios, asociaciones empresariales, programa propio, fundación corporativa, entre otros.

E.- Aplicaciones.

- Caracterizar la aplicación de la inversión: infraestructura (construcción, ampliación o remodelación de las mismas), formación (capacitación, actualización y entrenamiento), prevención (información y orientación), dotación (equipos y suministros), acervo (recuperación y restauración), asesoría (asistencia técnica y acompañamiento) conocimiento (investigación y documentación), servicios (promoción y atención) y acciones de fortalecimiento institucional.

F.- Responsables.

- Definir recursos humanos: operativos en la empresa y los comités de apoyo.
- Precisar instancias de decisión involucradas: mujeres, hombre, ancianos, familias, discapacitados, indígenas, afro descendientes, entre otros.

G.- Inversión.

- Definir el volumen de la inversión y la necesidad de apalancamiento de otras fuentes.

- Analizar el esquema de asignación: fondo patrimonial, asignación presupuestaria regular, porcentaje de utilidades, porcentajes de ingresos anuales, donación, venta de productos o servicios y sostenibilidad financiera.

H.- Comunicación.

- Identificar las acciones y las actividades de comunicación y promoción así como los medios a utilizar.

2.4 DIMENSIONES O CONCEPCIONES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

Zapata y Marcano (2008; p. 51)

Se mide a través del impacto social de la actividad productiva, la generación de empleo, la contribución fiscal (impuestos y demás conceptos tributarios o impositivos) y los beneficios a accionistas, consumidores y al estado.

El argumento central es que las empresas son motor del progreso económico en la medida compran materia prima, venden bienes y servicios, contractan a personal que les trabaja, organizan y administran recursos, mereciendo por ellos una justa retribución por el beneficio que aportan a la sociedad. La empresa como institución social con vida propia, tiene responsabilidad de tipo económico laboral y legal, específicas con la sociedad, como son: producir y obtener beneficios para los accionistas, ofrecer a la sociedad los bienes y servicios en calidad y cantidad que le demandan, remunerar los factores de producción vinculados con el capital y el trabajo, y proporcionarle una parte de los recursos generados a los poderes públicos, mediante el pago de impuestos.

En este sentido, una empresa genera impacto social cuando crea y promueve uno de los bienes más apreciados para los habitantes de una comunidad, el empleo. La generación de empleos suele calificarse como el principal papel de la empresa en la sociedad, sin embargo hay quienes sostienen que el fin social de la empresa no es sustancialmente crear empleos, porque llevaría a concluir que aquellas que no lo aumentan o, incluso, lo disminuyen, no cumplen con su función social.

A las empresas en el país no se les exigirían más responsabilidades si se les reconociera las que ya realizan, por el solo hecho de cumplir eficientemente su actividad y obtener beneficios. Solo cuando la empresa logra obtener mayores ganancias tendrá posibilidades para desempeñar cualquier otra función y actividad social. De allí que exigir a la empresa la realización de acciones de responsabilidad social, adicionales a su función de producir, puede ser contraproducente, ya que podría convertirse en un peso que comprometa su eficacia y capacidad competitiva. Con este argumento se justifica el sentido voluntario que deben tener las iniciativas sociales de las empresas.

2.4.1 Concepción de la Responsabilidad Hacia el Entorno Interno.

La Responsabilidad Social Externa afecta no sólo a la empresa matriz, sino también a sus filiales y socios comerciales, fundamentalmente en aquellas actividades caracterizadas por la descentralización y deslocalización productiva.

Desde esta inteligencia, el área de actuación de la Responsabilidad Social Empresarial se extiende básicamente al reconocimiento y promoción de los derechos humanos socio laboral básico, muchos de ellos “violados o directamente prohibidos en gran número de países”. De este modo, la RS externa está ligada a las actividades desarrolladas por las compañías multinacionales y las cadenas de suministro mundiales. Se trata, en esta ocasión, de que las empresas asuman el compromiso de

respetar los derechos fundamentales en sus prácticas comerciales, sin aprovecharse “de la legislación más laxa sobre esta materia –o, incluso, la ausencia de legislación en terceros países” .

2.4.2 Concepción de la Responsabilidad Hacia el Entorno Externo.

Cuando la actuación o el trabajo social de una empresa es desarrollado en pro de sus trabajadores, jubilados y desde una perspectiva más amplia, en pro de sus proveedores y distribuidores. Esta actuación de la empresa hacia la población laboral se llamo en un primer momento trabajo social industrial, después bienestar social industrial, y hoy en día beneficios para el personal o desarrollo de los recursos humanos.

Esta concepción ha cobrado amplitud de contenidos y orientaciones vinculadas con una retribución económica adecuada, mejores condiciones de trabajo, la promoción, el reconocimiento, apoyos especiales a sus familias, provisión de vivienda puesta en funcionamiento de centros de salud y deportivos, entre muchos otros. A través de estas iniciativas, se busca la satisfacción económica, psicológica y moral de los trabajadores de la empresa y sus grupos familiares, como la forma de expresar el principio de justicia social de la empresa hacia sus empleados.

Muchas de las acciones voluntarias que desarrollaron empresas se transformaron en obligaciones y reglamentaciones, inicialmente mediante las contrataciones colectivas y posteriormente expresadas en las leyes de trabajo, lo que se conoce como salario social. Todavía hoy en día hay quienes sostienen que una empresa cumple con un nivel suficiente de responsabilidad social, cuando paga salarios justos, ofrece condiciones laborales adecuadas, promueve la capacitación y el mejoramiento de sus empleados y reinvierte el crecimiento económico.

2.4.3 Concepción Filantrópica.

Surgió para calificar en principio a la creación de fundaciones y programas corporativos de acción social, de las empresas socialmente responsables y luego se extendió para abarcar a aquellos instrumentos financieros y no financieros como cooperaciones técnicas y económicas, programas de becas, premios y asesorías, entre otras formas.

El argumento a favor de la filantropía empresarial y corporativa era que se podía asumir esa función social con la riqueza que se derivaba de la empresa, sin comprometerla con una función que no le era propia. Esta aproximación altamente personalizada, que respondió al concepto moral y religioso de solidaridad, se llevo a cabo a través del otorgamiento de donaciones personales y posteriormente, mediante la creación de fundaciones de empresarios. El concepto de Filantropía Corporativa se desarrolló en el marco de los principios de solidaridad y contribución de la empresa hacia los menos favorecidos, tanto mediante la entrega de donaciones en efectivo y especies y beneficios de las comunidades, como con la creación de fundaciones como mecanismos profesionales de intermediación, lo que quiere decir que las modalidades e instrumentos de la filantropía personal se mantuvieron en la experiencia corporativa.

2.4.4 Concepción de Inversión Social.

La empresa se involucra de forma directa en el desarrollo de la comunidad y el entorno, a través de políticas ejecutadas directamente o en congestión de otros entes sociales privados, institucionales o gubernamentales, y se sustenta en la idea del retorno de lo invertido, en imagen, reputación o lealtad. Estas empresas socialmente responsables participan en la construcción de un capital social como un objetivo distinto a la beneficencia.

El concepto de inversión social es caracterizado como una acción social realizada en forma directa por la empresa, persigue un impacto en la comunidad vecina o ámbito geográfico de influencia, y está motivada por la obtención de beneficios para la empresa como imagen, reputación, lealtad a la marca y por supuesto, beneficios para la comunidad como financiamiento y conocimientos.

En todo caso, la inversión social, además de mantener la modalidad de apoyo a terceros pero con novedosos instrumentos como patrocinios, mercadeo social y fondos especiales, tomó la forma de ejecución directa de proyectos propios o mediante cogestión con instituciones públicas y privadas. Hoy día la concepción de inversión social se lleva a cabo por lo menos de tres maneras: financiamientos de proyectos de desarrollo social ejecutados por terceros, ejecución de proyectos propios vinculados al negocio de la empresa y la acción realizada en los entornos de funcionamiento de la empresa.

2.4.5 Concepción de Ciudadanía Corporativa.

Cuando las empresas asumen roles más participativo en la vida económica, política y social de las naciones, con nuevas actitudes de cooperación y de corresponsabilidad, más allá de la solidaridad.

Los cambios sociales que han venido surgiendo han originado como consecuencia a que las empresas realizaran acciones sociales hacia la población, justificando que los orígenes de la política social empresarial moderna se desprenden de la apertura, la globalización y la disminución del tamaño del estado, por lo tanto las empresas deben dar respuestas a las expectativas que genera su presencia y actividades en la sociedad. La sociedad está valorando a la empresa que responde a ciertos imperativos sociales porque el estado no es el único responsable de la solución de los problemas fundamentales del país.

Como las empresa tiene interés en que la democracia y la economía sean sostenibles, están dispuesta a asumir roles más participativos en la vida económica, política y social de las naciones, con nuevas actitudes de cooperación y corresponsabilidad, más allá de la solidaridad, ante la superación de las tradicionales distancias entre las obligaciones del Estado y de la empresa.

2.5 MODALIDADES PARA LA EJECUCIÓN DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL.

La sociedad no es una actor específico objeto de responsabilidad social, sino una categoría que puede incorporar a distintos actores o grupos, como asociaciones de vecinos, escuelas, centros asistenciales, organizaciones no gubernamentales, iglesias, asociaciones comunitarias, grupos de opinión, asociaciones de productores, universidades, centros de investigación, medios de comunicación y grupos poblacionales vulnerables. Esto quiere decir que cualquier acción social, sea de tipo educativo, asistencial, cultural y ambiental, que una empresa realiza hacia o con grupos como los señalados, se puede calificar de social.

2.5.1 Modalidad Apoyo a Terceros.

La compañía es proveedora básicamente de recursos, la empresa provee de recursos financieros y no financieros en pro del bienestar social: donaciones de efectivo, patrocinio, asignando un profesional o pagar sus gastos como trabajador de una causa social (asesorías :profesionales), entrega de productos de la empresa sin costo (donación son especies), mercadeo filantrópico (por cada unidad de producto vendida, la compañía dona una cantidad fija o duplica la contribución de los consumidores), prestando infraestructura e instalaciones a terceros, premios y becas.

Esta modalidad se puede caracterizar en primer lugar por un menor

compromiso para la empresa, porque solo supone un rol como proveedor de recursos, en segundo lugar por una mejor exigencia en relación a continuidad, ya que la empresa puede variar su orientación, preferencias y criterios de selección cuando lo desee y por último, un menor control por parte de la empresa sobre la acción, porque su ejecución depende de otra.

La experiencia indica que los terceros que generalmente reciben más apoyo por parte de las empresas son las organizaciones no gubernamentales, fortaleciendo de ese modo, el tejido social existente. En todo caso lo que lleva implícita esta modalidad es no sustituir sino respaldar los proyectos existentes, lo que se conoce como principio de subsidiariedad, reafirmando así que tiene sentido apoyar económicamente a los que ya están ejecutando directamente una misión social.

Producto de lo anterior, trabajar con organizaciones no gubernamentales ofrece ventajas como menores costos de operación, ofertas de variedad frente al Estado, demanda idiosincrásica, iniciativas aun sin demanda preexistente, defensas de intereses, conocimientos del terreno, atención integral al beneficiario, organización de comunidades e innovaciones organizativas y gerenciales.

El apoyo a terceros como modalidad exige la evaluación y revisión de las organizaciones solicitantes, así como la revisión de los proyectos recibidos. Las empresas deben contar y las organizaciones deben dar suficiente información que les permita confiar en los encargados de recibir sus aportes, así como evaluar el impacto de su intervención.

Con relación a la evaluación de los proyectos, aquellas empresas que otorgan financiamiento suelen estar interesadas en aspectos como: respuesta oportuna al problema presentado, objetivos propuestos mediables, calidad técnica de los ejecutores, tiempo de duración y logro del proyecto, precisión de las metas,

indicadores y coberturas y los costos discriminados. Se suele valorar la obtención de financiamiento adicional de otras fuentes y la contribución valorizada que aporta la organización.

2.5.2 Patrocinios

En su concepto más elemental, la acción de patrocinar es equivalente a hacerse cargo, una persona o empresa, por motivos publicitarios, de los gastos causados por una competición o equipo deportivo, un concurso, programa televisivo, entre otros, pero que cada vez más se ha utilizado también como mecanismo de cooperación e inversión social.

2.5.3 Donaciones en Efectivo.

Las donaciones suelen ser entendidas como dádivas, regalos y liberalidades. En materia de inversión social las donaciones en efectivo son la entrega de dinero o recursos económicos a organizaciones y a personas como acto altruista de entrega sin esperar nada a cambio. Las empresas suelen otorgar donaciones primordialmente a organizaciones no gubernamentales, como se ha señalado, y de una manera puntual que no implique dependencia permanente.

Las empresas prefieren identificar a este instrumento como financiamiento o cooperación financiera porque el concepto de donación, asociado a la concepción de filantropía y a la noción asistencialista, está pasado de moda, sin embargo, el significado de la donación es reivindicable en sí mismo porque el acto de entrega, sin esperar nada a cambio, es un acto de generosidad y solidaridad humana.

Para otorgar donaciones en efectivo, suele utilizarse la mayor cantidad de elementos de análisis y evaluación de las organizaciones y sus proyectos, toda vez

que otorgar dinero a terceros es un acto que implica una responsabilidad del donante en la selección de los receptores adecuados y que puede determinar su utilización posterior de proyección pública por parte de la empresa. Por supuesto que la entrega de recursos en efectivo a terceros genera temor a las empresas.

2.5.4 Premios y Becas.

Los premios generalmente son galardones o reconocimientos a creaciones y logros educativos, científicos, culturales, deportivos y de trabajo, mientras que las becas han sido asociadas a pensiones temporales que se asignan a individuos para que realicen estudios, por lo tanto se trata de una forma de contribuir con las personas y suelen instrumentarse mediante procedimientos de selección y asignación para objetivos y públicos diferentes. Ambos mecanismos también han sido utilizados para el quehacer social empresarial.

Los premios suelen diferenciarse por el público al cual van dirigidos, por el objetivo que pretenden y por el valor de la premiación. Algunos premios se diferencian de otros especialmente por su metodología y transparencia de criterios, siendo el mecanismo de selección de los jurados uno de los elementos diferenciadores fundamentales. En la medida que la selección es incuestionable y externa a la empresa, el premio es más reconocido. La mayoría de los premios están dirigidos a beneficiar específicamente individuos, sin embargo existen también premios asignados a instituciones.

2.5.5 Donaciones de Productos y Servicios.

La donación de productos y servicios por parte de las empresas es el instrumento de responsabilidad social más frecuentemente utilizada en el país y probablemente el menos reconocido, porque se trata generalmente de contribuciones

puntuales no estructuradas mediante programas o estrategias permanentes. Es sin lugar a dudas un mecanismo atractivo para muchas empresas porque está estrictamente vinculado con su negocio y no supone erogación de dinero en efectivo.

Está considerado como un instrumento de responsabilidad social si está dirigido a la comunidad que lo necesita, siempre y cuando no responda a una estrategia de mercadeo y promoción de productos dirigida a sus clientes o mercado potencial. Además podrá ser utilizado por empresas cuyos productos y servicios así lo permitan o cuando no existan restricciones legales.

Un instrumento como éste se puede convertir definitivamente en una estrategia de responsabilidad social empresarial efectiva y eficiente, si se utiliza más allá de una donación puntual y esporádica de productos como respuesta a la demanda, si está adecuadamente diseñado y estructurado en función de unos objetivos con contenido social, si logra llegar a una cobertura relevante, y si es debidamente documentado y contabilizado, de esta forma se evita que se perciba como una estrategia más de mercadeo.

2.5.6 Voluntariado Corporativo

El voluntariado se conoce como la disposición espontánea de una persona para ejecutar un trabajo o servicio sin estar obligado a ello. Como instrumento de cooperación social, el voluntariado consiste en apoyar a terceros con trabajo, siendo voluntariado corporativo cuando la empresa libera horas de trabajo de sus empleados para que éstos realicen voluntariamente acciones sociales de su preferencia.

Cuando se habla de voluntariado corporativo, la empresa puede efectivamente canalizar y orientar cierto tipo de acciones voluntarias de sus trabajadores, oportunas en el marco de acción general de su responsabilidad social, pero de modo alguno

puede asignar responsabilidades que no hayan sido seleccionadas voluntariamente.

2.5.7 Uso de Recursos e Instalaciones de la Empresa.

Otro mecanismo no financiero muy apreciado por organizaciones sociales es la asignación o uso de distintos recursos que poseen las empresas, tales como: mobiliario, equipos y vehículos que fueron desincorporados, el otorgamiento de espacios e inmuebles en calidad de donación, préstamo o comodato y la utilización de sus instalaciones y equipos.

El uso de instalaciones y recursos empresariales activos o desincorporados es también un interesante instrumento no financiero de cooperación con terceros, tanto para facilitar la recaudación de fondos como para facilitar o potenciar las acciones propias de las organizaciones sociales. Establecido como un programa permanente, con objetivos específicos, puede ser también un instrumento útil de inversión social empresarial.

2.5.8 Mercadeo Filantrópico.

El Mercadeo Social suele ser entendido por lo menos mediante tres enfoques: mercadeo filantrópico, comercialización social, campañas sociales. El mercadeo filantrópico es el que se corresponde con la modalidad de apoyo a terceros que trataremos en este momento, los dos restantes se presentaran en la descripción de otras modalidades de ejecución.

Mercadeo filantrópico también conocido como Marketing Filantrópico o Mercadeo asociado a causas, consiste en la utilización de una entidad sin fines de lucro para comercializar determinado producto, ligando su venta a una donación, como una estrategia de diferenciación de sus competidores. Esta estrategia, que utiliza todos los recursos de la publicidad, une los aportes de la empresa a una

organización y a la venta de sus productos o servicios: por cada unidad comprada, la compañía dona una cantidad fija o duplica la contribución que realizan los consumidores.

El mercadeo filantrópico es otro instrumento de apoyo a terceros que se ha convertido en una nueva estrategia de recaudación de fondos. Para las organizaciones sociales, el cual reporta promoción institucional simultáneamente para la empresa y para la organización beneficiada.

2.5.9 Modalidad Gestión Compartida.

Se establece una alianza con otras empresas, entes oficiales o de naturaleza social sin fines de lucro, o con la comunidad, e incluso de manera tripartita cuando incluye a la vez al gobierno y la comunidad. El plan de ejecución puede tener como fin la conformación y ejecución de campañas, convenios de trabajo conjunto, fondos de financiamiento o crear organizaciones.

En esta modalidad de actuación social empresarial, la empresa comparte con otros, que pueden ser otras empresas, entidades gubernamentales y/u organizaciones sociales no lucrativas, niveles de compromiso diferenciados en el quehacer social. Pueden ser ocasionales, mediante alianzas temporales para la realización de campañas, más permanentes, estableciendo convenios de trabajo en cooperación, o incluso institucionalizados, mediante la creación y mantenimiento de organizaciones. Estado responden a la convicción de que se producen mejores resultados cuando se incorporan las autoridades.

Las llamadas alianzas tripartitas son las más complejas de concretar y al mismo tiempo, las más apreciadas hoy en día, ya que responden a la unión entre empresa, Estado y comunidad. Se establece una diferenciación de roles entre los distintos

actores:

- Las empresas, que ofrecen recursos, tecnología y destrezas gerenciales.
- El Estado, que aporta representación, legitimidad y normativa.
- La comunidad, representada por grupos poblacionales u organizaciones no gubernamentales, que ofrece el conocimiento de las necesidades y la gestión.

En algunos casos, las empresas también acuden a organismos internacionales para que realicen la intermediación o administración necesaria, cuando desean trabajar con comunidades. Los instrumentos utilizados para la modalidad de gestión compartida son: alianzas temporales, convenios interinstitucionales y asociaciones empresariales o mixtas. Cualquiera de los tres casos se puede dar, a su vez, con actores empresariales, comunitarios y gubernamentales.

2.5.10 Alianzas Temporales.

Se trata de la unión entre empresas y organizaciones en función de un asunto de interés general para realizar una actividad puntual determinada en un momento dado como puede ser un evento, una campaña, un financiamiento o un proceso de intermediación, por supuesto en el ámbito de actuación a beneficio de la comunidad y no de intereses mutuos.

No deja de ser un instrumento valioso de cooperación empresarial que permite esencialmente ejecutar en conjunto actividades de interés social, las cuales reportan promoción institucional la mayoría de las veces y relaciones interinstitucionales favorables, sin que ello implique invertir mucho tiempo en la conformación de la alianza ni tampoco asumir compromisos permanentes.

2.5.11 Convenios de Cooperación Interinstitucionales.

Se trata de establecer un sistema de responsabilidades y compromisos entre varios actores mediante la firma de un convenio de cooperación en función de la utilidad colectiva, que puede darse entre dos actores, diferenciando los roles de financiador y ejecutor, respectivamente, o por el contrario, convenios multi-actores que complementan roles de financiamiento, administración y vigilancia.

A diferencia de un acto de donación, el papel de la empresa, en estos casos, es el de co-diseñar las metas y evaluar los resultados de la intervención social, sin confundir el papel de las organizaciones sociales como prestadoras de servicios mediante un esquema de contrataciones.

El instrumento de convenios de cooperación implica un esquema de trabajo compartido en el cual se determinan roles diferenciados entre cada actor, lo que caracteriza esta gestión como de mayor compromiso en relación con las alianzas temporales, y donde la inversión de tiempo por parte de las empresas es mucho mayor en estructurar el convenio, ejecutarlo y mantener cana/es de comunicación.

Como se trabaja en conjunto en función del cumplimiento de objetivos y metas, e/ tiempo a establecer para la ejecución del convenio es un asunto capita, así como aspectos vinculados con su promoción, vocería y administración. Aunque resultan atractivos estos esquemas de trabajo, no se puede dejar de advertir que pueden generar conflictos de intereses.

2.5.12 Asociaciones Empresariales de Membrecía.

Se trata de alianzas entre empresas que logran estructurarse como organizaciones mediante el instrumento de asociaciones de miembros.

En este caso las empresas están dispuestas a crear y mantener instituciones que cumplen fines sociales específicos de su interés.

Las asociaciones empresariales, como instrumento de cooperación y alianzas entre empresas para la actuación social, evidencian un nivel de compromiso empresarial mayor en la medida que deciden estructurarlas como organizaciones de membresía. Sin embargo, la apuesta de las empresas puede concretarse únicamente al origen de los fondos, quedando la organización creada con una orientación difusa y un compromiso de continuidad que se limita al pago de la membresía. Por otro lado, la organización puede contar con dolientes iniciales muy interesados en su continuidad que pueden establecer una relación de dependencia económica, lo cual evita incorporar generación de relevo y suspender su operación ante la ausencia de esos patrocinantes.

2.5.13 Modalidad Ejecución Propia.

Considerados como los de mayor compromiso para las empresas, porque implican un significativo aporte financiero, diseño propio y gestión diaria. Tiene dos modalidades: Los programas sociales empresariales (suelen ser correlativos a la prestación de un servicio, en conexión con la superación de un problema social) y las fundaciones corporativas (son las que permiten más significativa y mayor proyección pública de la empresa, a la vez que mayor compromiso financiero y en la continuidad).

La modalidad de ejecución propia es la de mayor compromiso para las empresas, en la medida que deben mantener la acción propia en el tiempo, reportar directamente resultados al público externo e interno y sustentar la reputación de la corporación. La ejecución propia es de menor variación en cuanto a contenidos y más exigente desde el punto de vista financiero. Requiere más diseño previo,

planificación, gestión diaria y supervisión permanente, a cambio la empresa puede ejercer control sobre la acción y se convierte en el actor principal de su intervención social.

Hay quienes sostienen que no es conveniente que las empresas ejecuten en forma directa acciones sociales señalando varios motivos:

- Ya existen otras instituciones que ejecutan obras sociales de manera rápida y eficiente.
- Las empresas no cuentan con el voluntariado que tienen disponible las organizaciones sociales.
- Los costos de hacer trabajo social para las empresas son mayores; es más fácil justificar la entrega de fondos a los fines del trabajo social si las empresas financian a terceros.
- Las acciones sociales ejecutadas por las empresas generan mayor suspicacia que cuando son realizadas por entes no lucrativos.
- Las estructuras de las empresas son menos flexibles.
- Aumentan los riesgos vinculados a la reputación de la empresa.

Las empresas utilizan como instrumentos de esta modalidad los programas sociales empresariales y las fundaciones corporativas.

Ambos instrumentos pueden servir al propósito estratégico del negocio y desarrollarse en función de su entorno geográfico. Con estas iniciativas propias, las empresas no sólo tratan de destinar una cantidad de dinero, sino de aportar conocimientos, tecnología, redes, relaciones, capacidad de convocatoria, recursos humanos e instalaciones.

2.5.14 Programas y Proyectos Sociales Empresariales.

Los programas son la forma de ejecución directa que asumen ciertas empresas utilizando su estructura funcional, mediante los departamentos de recursos humanos, mercadeo, comunicaciones, relaciones institucionales y asuntos públicos. El programa, como instrumento de inversión social por parte de una empresa, consiste en la ejecución de un conjunto ordenado de acciones, generalmente vinculado con la prestación de un servicio, que a su vez contribuye a la solución de un problema social.

Los programas ejecutados por las empresas deben responder a las necesidades de la comunidad, generar impacto y garantizar sostenibilidad en un tiempo razonable. Es preciso que el programa social empresarial sea una respuesta al problema presentado, tenga objetivos medibles, con estrategias que apunten a la causalidad del problema, con los más convenientes ejecutores, con precisión del tiempo de duración y logro, que se verifique continuamente mediante indicadores de gestión y resultados y que tenga un costo adecuado por actividad y beneficio.

Los programas y proyectos sociales de las empresas implican para éstas mayor orientación, supervisión y asignación de recursos humanos, además les permiten identificarse con una estrategia propia sobre la que tienen control y posibilidades de variación. En estos casos, la empresa no está contribuyendo con los objetivos de otra organización, sino por el contrario, está realizando directamente una acción para lograr ciertos objetivos sociales de su interés.

2.5.15 Fundaciones Corporativas.

Las fundaciones, el otro instrumento de ejecución directa, son espacios institucionales de intervención e innovación social de las empresas, que permiten diseñar prácticas, formar redes y utilizar todo tipo de estrategias de intervención

social capaces de combinar distintas modalidades de gestión. Son creadas para racionalizar el destino de los recursos y para buscar legitimidad social. En muchos casos se critica la creación de fundaciones corporativas porque algunas no tienen verdadera autonomía de las empresas y desplazan a las organizaciones sociales en la recepción de recursos para su acción.

Las fundaciones son el instrumento de mayor exposición pública, pero también de mayor compromiso financiero (deben sostenerse) y de mayor compromiso de continuidad (deben permanecer en el tiempo).

Empresarios o empresas que crearon fundaciones se han comprometido durante años con su permanencia, pero otras han sufrido la suerte de sus empresas fundadoras, han desaparecido cuando éstas se han visto obligadas a cerrar y no es fácil para la comunidad aceptar que las fundaciones corporativas cierren.

Al momento de evaluar la necesidad de crear una fundación, las empresas suelen tomar en cuenta lo siguiente:

- Si la estrategia permite diferenciar con claridad sus iniciativas de proyección social de aquellas vinculadas con relaciones institucionales.
- Si aumentará su capitalización en reputación.
- Si es un modelo empresarial más reconocido para realizar acciones sociales, distinto del negocio.
- Si es un instrumento que anula resistencias para establecer alianzas con el gobierno y con otras empresas.
- Si la empresa tiene recursos suficientes para mantener una acción de impacto sostenida en el tiempo.

Por supuesto que algunas empresas consideran a las fundaciones como

instrumentos promocionales eficaces, mientras que otras las ven como entes paralelos costosos.

Existe supervisión por parte del Estado sobre las fundaciones y tiene sentido porque se permite un incentivo de exoneración fiscal hacia estas organizaciones y si la capacidad de exonerar es tan importante como para cubrir un fondo patrimonial, el Estado debe conocer cómo se utiliza y vigilar que se mantenga. La vigilancia de Estado se aplica sólo a las fundaciones porque son figuras patrimoniales, es decir, de bienes, y alguien debe velar por ellos.

Las fundaciones corporativas deben dedicarse exclusivamente a fines de utilidad general, como la educación, por ejemplo, tal como lo establece el código civil vigente. No pueden crearse fundaciones para el bienestar exclusivo de los empleados de una empresa, como por ejemplo el crear una fundación para realizar un programa de becas para estudios del personal. Sin embargo, han existido fundaciones corporativas para fines de interés particular y por ello han sido criticadas.

La creación de fundaciones corporativas demuestra un nivel de compromiso mayor por parte de las empresas hacia la comunidad, siempre y cuando se dediquen a un objeto de utilidad general, sean dotadas de un patrimonio y esquema financiero regular, y utilicen instrumentos de inversión e intervención social de interés para la sociedad.

2.6 BASES LEGALES.

2.6.1 Constitución de la Republica Bolivariana de Venezuela.

Los derechos sociales contemplados en la constitución de la republica bolivariana de Venezuela consolidan las demandas sociales, jurídicas, económicas y

culturales de la sociedad venezolana. Es por ello que en el artículo 86 se garantiza para todos el derecho a la seguridad social y la misma está enmarcada en los principios tales como, solidaridad, universalidad, participación, eficiencia entre otros.

Es notable que en el artículo 8, se contempla el reconocimiento en el campo laboral de los derechos de las personas al trabajo y el deber de trabajar, reconoce la estabilidad laboral, el derecho a vacaciones, así como derechos colectivos de, formar sindicatos, contratación colectiva, derecho a huelga, por lo tanto es obligación del estado garantizar el ejercicio pleno de este derecho, así como el fomento de empleo, garantizando los derechos laborales de los trabajadores y trabajadoras, lo obliga al patrono a promover de las condiciones adecuadas de seguridad higiene y ambiente de trabajo.

En este orden de ideas la carta magna plantea el derecho al deporte y a la recreación, garantizando el estado la atención integral de los deportistas sin ningún tipo de discriminación además de apoyar el deporte de alta competencia como se puede observar en el artículo 111. Asimismo, el estado promoverá la evaluación y regulación de las entidades deportivas del sector público y privado, también otorga incentivos y estímulos a las personas que promueven a los atletas y desarrollen o financien planes, programas y actividades deportivas del país.

Asimismo, contempla los deberes de los venezolanos relativos a responsabilidad social (art 132), puesto que la idea es promover una sociedad plural, armónica, solidaria, abierta, integrada y comprometida en todos los aspectos, es por ello que las personas deben cumplir con los requerimientos sociales y participar en la vida política, civil y comunitaria del país. En la búsqueda de cumplir con estos propósitos se resalta la obligación de promover y defender los derechos humanos con responsabilidad en la convivencia democráticas y en la paz social. No obstante, las obligaciones que tienen el estado conforme a la constitución y la ley se consagran el

deber de toda persona de colaborar según su capacidad y actitud y para el cumplimiento de tales fines que impone el bienestar social general (art 135).

Por otro lado define (art 299) el régimen socio económico enmarcado dentro de los principios de justicia social, eficiencia democrática, libre competencia e iniciativa, productividad, solidaridad entre otros. El estado tiene un papel fundamental como regulador de la economía para asegurar el desarrollo humano integral, defender el ambiente, promover la creación de valor agregado nacional y fuentes de trabajo, garantizando la seguridad jurídica para fomentar junto con la iniciativa privada el desarrollo armónico de la economía nacional y la justa distribución de las riquezas.

Es decir, que se plantea un equilibrio entre estado y mercado en razón de que el problema no es más o menos estado, sino un medio para satisfacer necesidades colectivas, ese equilibrio debe prevalecer entre productividad y solidaridad, entre eficiencia económica y justicia social, dando libertad a la iniciativa privada y preservando el interés colectivo.

2.6.2 Ley Orgánica del Trabajo.

La ley orgánica del trabajo va a permitir regular las situaciones y relaciones jurídicas que se derivan del trabajo como hecho social, puesto que la sociedad está interesada en que las condiciones de los trabajadores sean dignas y adecuadas. Busca garantizar el desarrollo de las personas a través de un buen trabajo digno adecuado y estable que le permita obtener una remuneración justa para sostenerse a sí mismo y a su familia. Tal como lo plantea la constitución de la republica bolivariana de Venezuela en su art 88 y la ley orgánica del trabajo, en donde toda persona apta tiene el deber de trabajar, dentro de su capacidad y posibilidades, para asegurar su subsistencia y en beneficio de la comunidad. (Art 23).

En este sentido el estado patrocina el acceso a todo ciudadano a una relación laboral estable; por lo tanto la ley orgánica del trabajo a través del salario (art 138) incentiva a los trabajadores con el objeto de que puedan cubrir sus necesidades y la del grupo familiar.

De acuerdo al artículo 195 se fijan las horas de la jornada tanto diurnas como nocturnas y mixtas de la siguiente manera: la jornada diurna no podrá exceder de ocho (8) horas diarias, ni de cuarenta y cuatro (44) semanales; la jornada nocturna no podrá exceder de siete (7) horas diarias, ni de cuarenta (40) semanales; y la jornada mixta no podrá exceder de siete y media (7 ½) horas por día, ni de cuarenta y dos (42) por semana. Se considera como jornada diurna la cumplida entre 5:00 a.m. y las 7:00 p.m.

Se considera como jornada nocturna la cumplida entre las 7:00 p.m. y las 5:00 a.m. se considera como jornada mixta la que comprende periodos de trabajos diurnos y nocturnos. Cuando la jornada mixta tenga un periodo nocturno mayor a cuatro (4) horas, se considera como jornada nocturna.

Por otro lado la ley orgánica de trabajo, también establece el derecho a las vacaciones en su art 219 puesto que, el trabajador cumpla un (1) año de trabajo ininterrumpido para un patrono, disfrutara de un periodo de vacaciones remuneradas de quince (15) días hábiles. Los años sucesivos tendrá derecho además a un (1) día adicional remunerado por cada año de servicio, hasta un máximo de quince (15) días hábiles.

2.6.3 Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social.

La ley de seguridad social, como ley marco que es, lo que hace es establecer las situaciones y contingencias amparadas por el sistema de seguridad social y organizar

la estructura institucional y legal que servirá de base para atenderlas.

La ley orgánica del sistema de seguridad social abarca tres sistemas prestacionales como lo son salud, previsión social y vivienda y habitad. En materia de salud tendrá a su cargo el sistema prestaciones de salud (art 20) teniendo a su cargo la atención medica, rehabilitación prevención de accidentes y enfermedades de cualquier origen, en cuanto a previsión social (art 21) abarca lo concerniente a servicio social, al adulto mayor y a otras categorías de personas, al empleo, pensiones y otras asignaciones económicas, así como también el régimen prestaciones de seguridad y salud en el trabajo y por último, el sistema prestaciones de vivienda y habitad (art 22) tendrá a su cargo el régimen prestacional de vivienda y habitad, el cual tiene a su cargo el acceso a políticas y programas de vivienda mediante la concesión de créditos a bajos intereses.

Todo esto se hace con el propósito de que las personas gocen de los servicios sociales previstos en la ley y puedan participar en los planes y programas propuestos para beneficios de los individuos.

2.6.4 Normas Relativas a La Responsabilidad Social Empresarial.

A nivel mundial se implementa una serie de normas y convenios en el plano de responsabilidad social que será descrito a continuación:

A) SA 8000

Consiste en una norma universal sobre responsabilidad social, auditable y certificable por terceros, donde el objetivo central es asegurar que el comportamiento de la empresa siga determinados parámetros éticos. Se trata de definir un estándar internacional que garantice el origen ético de la producción de bienes y servicios.

La norma refiere fundamentalmente aspectos laborables básicos como el trabajo infantil, el horario de trabajo, los salarios y también hace referencia por otro lado a aspectos de gestión como programas, políticas y acciones correctoras.

La misión general de la norma consiste en mejorar las condiciones de trabajo a nivel mundial y si bien se centra fundamentalmente en las industrias manufactureras, también es adecuada su aplicación en empresas dedicadas a la prestación de servicios. En este sentido, la norma en su primer capítulo establece que: “Los requerimientos de estas normas serán de aplicación universal, en lo que respecta emplazamiento geográfico, sector industrial y tamaño de la compañía”.

En cuanto a los elementos normativos establecidos en la segunda sección, requieren que las empresas cumplan con la legislación nacional y cualquier otro derecho aplicable. Cuando las distintas normas, incluida la SA 8000, traten el mismo asunto, deberá aplicarse la disposición más exigente en la materia. Se agrega a su vez que la empresa debe respetar los distintos principios establecidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, la Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos del Niño, la Convención de las Naciones Unidas sobre la eliminación de toda forma de discriminación contra la mujer y los siguientes convenios y recomendaciones de la Organización Internacional de Trabajo que también debe cumplirse en Venezuela por pertenecer a esta organización:

- Convenio n° 29 y 15. Trabajos forzados y esclavitud.
- Convenio n° 87. Libertad de asociación.
- Convenio n° 98. Derecho de negociación colectiva.
- Convenios n° 100 y 111. Igual remuneración para hombres y mujeres que realizan trabajos de igual valor.

- Convenio n° 135. Representante de los trabajadores.
- Convenio n° 138 y Recomendación n° 146. Edad mínima.
- Convenio n° 155 y Recomendación n° 164. Salud y seguridad en el trabajo.
- Convenio n°159 Rehabilitación vocacional y empleo de personas discapacitadas.
- Convenio n° 177 Trabajo doméstico.
- Convenio n° 182 Peores formas de trabajo infantil.

El principio básico de la norma es buscar la prevención en lugar de la corrección. Sus características principales son que la dirección de la empresa asuma el papel de líder en el proceso y la gestión pero asegurando la participación del personal en todos sus niveles, con el objetivo de centrarse en una mejora continua.

En cuanto a los aspectos laborales básicos mencionados anteriormente, se presentan algunas cláusulas donde la empresa debe cumplir con una serie de requisitos para ser socialmente responsable. Estas cláusulas proporcionan los criterios que una empresa debe satisfacer para cumplir con los requisitos relacionados a los derechos laborales básicos y condiciones generales para el bienestar de los trabajadores.

En la primera cláusula, aparecen los requerimientos sobre el trabajo infantil, en la segunda sección se define al trabajo infantil como cualquier trabajo realizado por un niño con excepción de lo dispuesto en la Recomendación 146 de la OIT. A su vez, se define al niño como toda persona menor de 15 años de edad, a menos que la legislación local estipule una edad superior para el trabajo o para la enseñanza obligatoria, en cuyo caso, ésta última edad será la aplicable para esta definición. Agrega además que existe una excepción para los países en desarrollo. Donde si la

edad mínima fijada en la legislación local es de 14 años, se tomará ésta última. La norma establece que la empresa no deberá utilizar ni apoyar el uso de trabajo infantil.

En segundo orden, en relación a los trabajos forzados, se establece que la compañía no utilizará ni auspiciará el uso de trabajos forzados. Se prohíbe toda presión física o psicológica hacia el trabajador. Tampoco se permite que la empresa conserve bajo su poder documentos de identidad del empleado al comenzar la relación laboral.

La tercera cláusula es la referida a la seguridad y la salud en el trabajo, donde se establece que la empresa deberá velar por un entorno laboral seguro y saludable y deberá nombrar un representante de la administración encargado de la salud y seguridad laboral.

En la cuarta cláusula, referida a la libertad de asociación y derecho de negociación colectiva, se establece el derecho de los empleados a formar sindicatos. La norma no incita ni obliga a la formación de un sindicato, pero establece un marco para que exista libertad, aún en casos donde este derecho esté restringido en la legislación local. Se establece además que no debe existir discriminación hacia los representantes del personal.

La quinta cláusula refiere a los distintos tipos de discriminación y establece que no se debe ni emplear ni apoyar este tipo de conducta. Posteriormente, se hace referencia en sexto lugar a las medidas disciplinarias que puede adoptar la empresa, donde se prohíbe el uso de castigos corporales, abusos verbales o coerción mental o física.

Por último, con respecto a la remuneración deberá cumplirse con lo que establezca la normativa legal o los valores fijados para cada industria respectiva. Los

salarios deben ser suficientes para satisfacer las necesidades básicas del personal y no están permitidas las deducciones a los mismos por razones disciplinarias. Los empleados deben saber qué es lo que se les está pagando y si existen deducciones a qué corresponden las mismas.

B) ISO 9000

Sistema de gestión de calidad. Es un estándar mundial creado por la Organización Internacional de Estándares (ISO) que certifica que la empresa ha integrado un modelo de gestión de calidad coherente y efectivo.

C) ISO 14000

La norma ISO 14000 es un conjunto de documentos de gestión ambiental que, una vez implantados, afectará todos los aspectos de la gestión de una organización en sus responsabilidades ambientales y ayudará a las organizaciones a tratar sistemáticamente asuntos ambientales, con el fin de mejorar el comportamiento ambiental y las oportunidades de beneficio económico. Los estándares son voluntarios, no tienen obligación legal y no establecen un conjunto de metas cuantitativas en cuanto a niveles de emisiones o métodos específicos de medir esas emisiones. Por el contrario, ISO 14000 se centra en la organización proveyendo un conjunto de estándares basados en procedimientos y unas pautas desde las que una empresa puede construir y mantener un sistema de gestión ambiental.

En este sentido, cualquier actividad empresarial que desee ser sostenible en todas sus esferas de acción, tiene que ser consciente que debe asumir de cara al futuro una actitud preventiva, que le permita reconocer la necesidad de integrar la variable ambiental en sus mecanismos de decisión empresarial. La norma se compone de 5 elementos, los cuales se relacionan a continuación con su respectivo número de identificación:

- Sistemas de Gestión Ambiental (14001 Especificaciones y directivas para su

- Auditorías Ambientales (14010 Principios generales – 14011 Procedimientos de auditorías, Auditorías de Sistemas de Gestión Ambiental – 14012 Criterios para Certificación de auditores).
- Evaluación del desempeño ambiental (14031 Lineamientos – 14032 Ejemplos de Evaluación de Desempeño Ambiental).
- Análisis del ciclo de vida (14040 Principios y Marco General – 14041 Definición del objetivo y ámbito y análisis del inventario – 14042 Evaluación del impacto del ciclo de vida – 14043 Interpretación del ciclo de vida – 14047 Ejemplos de la aplicación de ISO 14042 – 14048 Formato de documentación de datos de análisis).
- Etiquetas Ambientales (14020 Principios Generales – 14021 Tipo II – 14024 Tipo I – 14025 Tipo III).
- Términos y definiciones (14050 Vocabulario).

D) ISO 26000

En forma general, la norma ISO 26.000 intenta que las organizaciones se involucren con sus partes interesadas como lo son personas o entidades afectadas por la actividad de la organización para que cumplan con las leyes nacionales y con las convenciones internacionales reconocidas por las Naciones Unidas, la Organización Internacional del trabajo (OIT) y otras instituciones.

En particular, la norma reconoce 7 grandes Títulos que constituyen la RSE: Medio ambiente, Derechos humanos, Prácticas laborales, Gobierno de la organización, Temas de consumidores, Involucramiento de la comunidad y desarrollo de la sociedad, Prácticas operacionales justas

La norma toma en cuenta la diversidad social, medioambiental y legal así como las diferencias en las condiciones de desarrollo económico, excepto cuando éstas se encuentran en conflicto con normas internacionales de comportamiento socialmente responsable, de amplia aceptación. A los efectos de su utilización, la norma puede ser adaptada en función de las características particulares de la organización que se analice. Las características de la empresa que deben ser tenidas en cuenta incluyen tamaño, ubicación geográfica y sector de actividad, así como el alcance y la naturaleza de sus operaciones.

Al considerar una estrategia de RSE, todos estos grandes Títulos deberían ser abordados. Los plazos, sin embargo, dependerán de los recursos y de las políticas de la organización en cuestión.

E) Global Compact

El pacto global de las Naciones Unidas (Global Compact) es un código de conducta para las grandes empresas, lanzado por Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas, en el año 2000. En él se establecen nueve principios para las empresas multinacionales y transnacionales que incluyen propuestas sobre derechos humanos, derecho laboral y medio ambiente. Estos principios sugieren al mundo empresarial el apoyo y respeto a los derechos humanos en sus áreas de influencia y que las propias corporaciones no sean cómplices de prácticas abusivas contra los mismos.

En el plano laboral, el pacto propone en su principio de normas laborales el respeto a la libertad de asociación y a la negociación colectiva, la efectiva abolición del trabajo infantil, de todo trabajo forzado o de discriminación laboral. En cuanto a los valores medioambientales propugna el apoyo del principio de precaución en estas áreas y el desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

CAPITULO III.

ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS.

En el siguiente capítulo se presentan de una forma estructurada y organizada los datos obtenidos en la aplicación de la guía de preguntas como método de recolección de información al personal que labora en la Agropecuaria APROCAO C.A con el fin de facilitar la comprensión del objeto de estudio.

A efecto de analizar los aspectos esenciales de los resultados obtenidos se tomaron en cuenta las 6 preguntas las cuales conforman el instrumento de recolección de información, esto con el propósito de elaborar cuadros estadísticos y gráficos que representen la distribución absoluta y porcentual en cada una de las interrogantes para la organización, calificación y sistematización de los resultados de la investigación, para de esta manera poder ofrecer planteamientos concretos a la empresa, los que le permitirá adoptar posiciones y tomar decisiones que consideren oportunas y pertinentes para ejecutar y poner en marcha el programa de Responsabilidad Social propuesto.

Además de la información contenida en los cuadros estadísticos, en este capítulo se encuentran los análisis descriptivos de cada una de las interrogantes, donde se exponen los puntos de vista de los investigadores, sustentado con las ideas de los diferentes autores citados, en relación a los resultados obtenidos.

Cuadro # 1: Distribución absoluta y porcentual en relación a la pregunta:
 Considera usted que en la Agropecuaria Aprocao C.A cumple con los siguientes
 aspectos establecidos en la Ley Orgánica del Trabajo como lo son:

INDICADORES	TRABAJADORES ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Sistemas de Salud	3	50%
Capacitación	2	33.33%
Ninguna de las anteriores	1	16.67%
TOTALES	6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Agropecuaria AROCAO C.A

Según los resultados obtenidos se puede visualizar que el 50% de la población encuestada que representa 3 trabajadores de la empresa, coincidieron en que esta brinda sistemas de salud a su personal según lo establecido en la Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social. El otro 33.33% lo representan 2 trabajadores los cuales dicen que existen programas de capacitación en la empresa y el 16,67 que representa solo 1 trabajador considera que, no se cumple con ninguno de los aspectos mencionados.

En la Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social (art. 20) expresa que El sistema prestacional de salud tendrá a su cargo el régimen prestacional de salud mediante el desarrollo del sistema público nacional de salud. Todo trabajador a través del salario cubre un seguro, el cual beneficia a su persona en el aspecto de la salud, es obligación y responsabilidad de la empresa brindarles a sus trabajadores la posibilidad de cotizar seguro social cumpliendo de esta manera un beneficio social.

Salazar y Salazar expresan en su trabajo de grado que ser socialmente

responsable no es solo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores.

De acuerdo a la información dada del mayor porcentaje de la población encuestada 83.33% (50+33.33), la empresa cumple su cuota de RSE en cuanto a salud y capacitación. Es satisfactorio saber que conocen la importancia de ofrecer a sus trabajadores el sistema prestacional de salud, garantizándoles a sus empleados el derecho a gozar de un seguro de cirugía y maternidad cuando lo amerite el caso, cumpliendo de esta manera con los estatutos establecidos en la L.O.S.S.S, como parte del derecho a la vida, de igual modo le ofrecen la oportunidad de realizar una actividad de calidad suministrándoles información referente a el puesto de trabajo que ejecuta cada quien y la posibilidad de mejorar su rendimiento. A pesar de estos resultados positivos un porcentaje con menor impacto (16.67%) asevero que la empresa no cumple ninguno de los aspectos relacionados con la RSE.

Cuadro # 2 : Distribución absoluta y porcentual en relación a la pregunta:
 Considera usted que la Empresa Agropecuaria Aprocao C.A cumple con los
 siguientes aspectos en la comunidad donde realiza su actividad comercial:

INDICADORES	TRABAJADORES ENCUESTADOS	PORCENTAJES
Programa de financiamiento para mejorar la producción.	4	66.66%
Programa de conservación al medio ambiente.	1	16.67%
Ninguna de las anteriores	1	16.67%
TOTALES	6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Agropecuaria AROCAO C.A

El cuadro 2 muestra que 4 trabajadores, representados porcentualmente como 66.66% de la población encuestada constataron que la empresa cumple con un programa de financiamiento para mejoras en la productividad, mientras que el 16.67% representando a 1 trabajador dijo que la organización cumple con programas de conservación al medio ambiente, dejando solo a 1 trabajador con la cifra que corresponde igualmente al 16.67% quien afirmo que la empresa no cumple con ninguno de los aspectos antes mencionados.

De acuerdo a lo establecido en las modalidades para la ejecución de programas de RSE establecido en las bases teóricas que sustentan esta investigación se dice que la modalidad de apoyo a terceros se puede caracterizar en primer lugar por un menor compromiso para la empresa, en segundo lugar por una mejor exigencia en relación a continuidad y por último, un menor control por parte de la empresa sobre la acción, porque su ejecución depende de otra.

Siguiendo las bases teóricas inscritas en este trabajo de investigación, la obligación de respeto hacia el medio ambiente adquiere su carácter de norma ética en la medida en que es un bien fundamental de la persona. Y como todo bien humano, para su logro requiere de virtudes personales que pueden ser desarrolladas y educadas, y que se refieren, precisamente, a los comportamientos habitualmente respetuosos con el entorno, incluidos aquellos que se producen en la organización.

A partir de ello se puede señalar que la empresa efectúa financiamientos para mejoras del producto y lleva a cabo campañas de mejoras en el medio ambiente, logrando con esto consumir su parte de Responsabilidad Social Empresarial con los proveedores obteniendo un beneficio mutuo que satisface las necesidades de ambas partes aplicando los lineamientos de modalidad de apoyos a terceros y demostrando su ética y respeto hacia el medio ambiente. Esta información fue obtenida por un porcentaje mayoritario de 83.33% (66.66+16.67), dejando una minoría de 16.67% de la población encuestada que asegura nuevamente, que la empresa no cumple con ninguno de los aspectos mencionados en la pregunta en beneficio a la comunidad.

Cuadro # 3: Distribución absoluta y porcentual en relación a la pregunta: ¿Cuáles de los elementos mencionados en la pregunta anterior considera usted como primordial para aplicar en la propuesta del Programa de Responsabilidad Social Empresarial?

INDICADORES	TRABAJADORES ENCUESTADOS	PORCENTAJE S
Planes deportivos.	3	50%
Programas de capacitación y asistencia técnica.	3	50%
TOTALES	6	100%

Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Agropecuaria AROCAO C.A

De acuerdo a esta interrogante 3 trabajadores señalados en un 50% de la población total manifestaron que es primordial la aplicación de una propuesta que cumpla con la RSE, que tenga incluido en el programa Planes deportivos, coincidiendo con el otro 50% relacionado a los 3 trabajadores restantes en la aplicación de programas de capacitación y asistencia técnica.

Tomando en cuenta las modalidades para la ejecución de un programa de RSE se pudo constatar que el programa, como instrumento de inversión social por parte de una empresa, consiste en la ejecución de un conjunto ordenado de acciones, generalmente vinculado con la prestación de un servicio, que a su vez contribuye a la solución de un problema social.

Los programas y proyectos sociales de las empresas implican para éstas mayor orientación, supervisión y asignación de recursos humanos, además les permiten identificarse con una estrategia propia sobre la que tienen control y posibilidades de variación. En estos casos, la empresa no está contribuyendo con los objetivos de otra

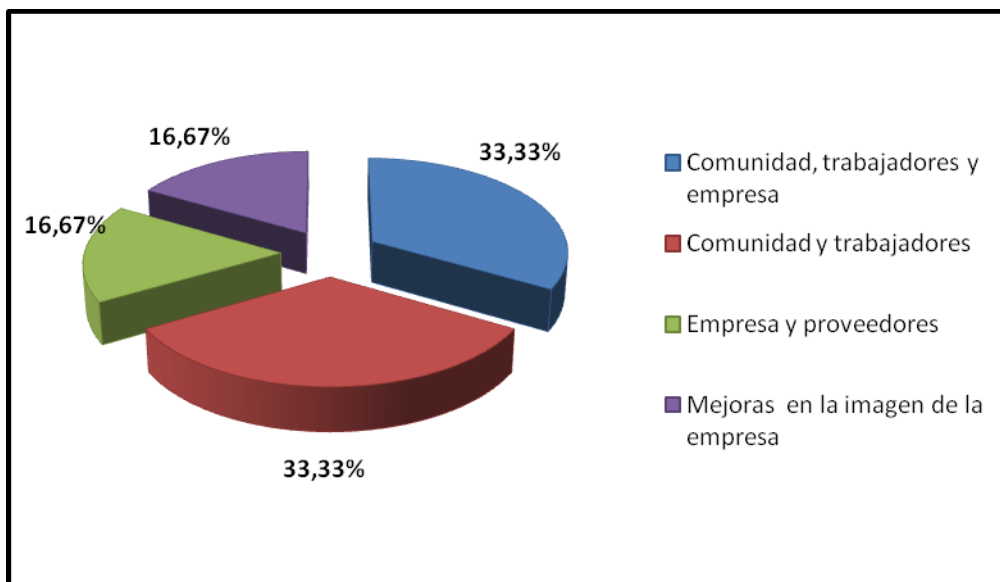
organización, sino por el contrario, está realizando directamente una acción para lograr ciertos objetivos sociales de su interés.

Los resultados mostrados a continuación representado que un 100%, de la población exige que se lleven a cabo actividades sociales como planes deportivos y asistencia técnica (50+50, respectivamente), se considera que es esencial aplicar un programa de RSE, pues se muestra de acuerdo a los resultados obtenidos que hay una necesidad colectiva de que la empresa tome en cuenta los lineamientos para un programas donde se ponga de manifiesto la sensibilidad social y cooperación comunitaria, para de esta manera incrementar los niveles de motivación del personal, ya que de esta manera mejorara su imagen como una organización socialmente responsable ante la comunidad.

Grafico # 1: Distribución Porcentual con respecto a: Porque cree usted que es importante para la Empresa Agropecuaria Aprocao C.A contar con un programa de Responsabilidad Social Empresarial.

De una población de 6 personas representadas por método porcentual, se obtuvieron los siguientes resultados:

- 1.- *Porque ofrece una cantidad de beneficios tanto para la empresa como para la comunidad agrícola, incrementando la calidad de vida de la sociedad que hacen la existencia de esta empresa.*
2. *Mejoraría la imagen de nuestra empresa, logrando con esto la aprobación de la comunidad y motivación en el ambiente laboral, tomado en cuenta las necesidades de los trabajadores y el bienestar común.*
- 3.- *Porque mejoraría la imagen de la empresa.*
- 4.- *Por los beneficios que le brinda a los trabajadores y a los proveedores.*
- 5.- *Porque ayudaría a sus trabajadores y a la comunidad.*
- 6.- *Porque se beneficiarían tanto productores de cacao como la empresa.*



Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Agropecuaria AROCAO C.A

A partir de una población de 6 personas, se pudo obtener el siguiente resultado: un porcentaje de 33.33% que reflejan 2 personas quienes opinaron que la implementación de un programa traerá beneficio para la comunidad, los trabajadores y la empresa, otras 2 personas representando el 33.33% de la población, expresaron que obtendría beneficios tanto la comunidad como los trabajadores, seguidamente se obtuvo efecto de 16.67% relacionado a 1 persona, que indicó las mejoras para la empresa y proveedores, finalmente con un porcentaje de 16.67% correspondiente a 1 persona arrojó el resultado de que la empresa mejoraría su imagen mediante la implementación del programa de RSE.

Fernández (2009), dice que la importancia de enseñar Responsabilidad Social Empresarial es de suma importancia puesto que las empresas son entes sociales, por lo tanto deben trabajar en pro de la comunidad, de esta manera ejerce gran influencia en ella logrando su apoyo incondicional, obteniendo beneficios tanto para la empresa en sí como para la sociedad y el ambiente que lo rodea.

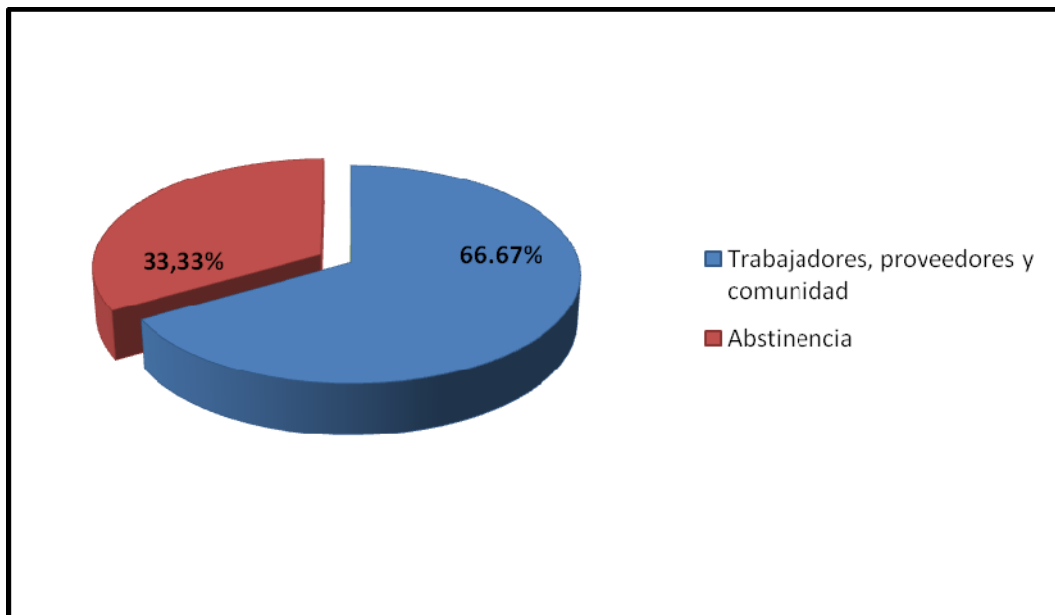
Salazar y Salazar en su trabajo de grado (2008) afirman que cuando los empresarios pongan a la par su negocio con actividades sociales, la imagen de la compañía mejorará de una manera inimaginable.

Los resultados mencionados anteriormente muestran, un porcentaje satisfactorio referido al 100% de la población encuestada que afirma la importancia de que la empresa cuente con un programa de RSE, ya que motivaría a los trabajadores a ejecutar mejor su función, además de que los proveedores se sientan comprometidos con la organización. Todos estos resultados son acertados, puesto que el programa de RSE le proporcionará beneficios a la empresa.

Grafico # 2: Distribución porcentual respecto a: Quienes son los actores clave interesados en el diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa Aprocao C.A

De una población de 6 personas representadas por método porcentual, se obtuvieron los siguientes resultados:

- 1.- *Proveedores, trabajadores y comunidad.*
2. *La empresa en general, la comunidad y proveedores.*
- 3.- *Los trabajadores.*
- 4.- *Las personas involucradas con la empresa.*



Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Agropecuaria AROCAO C.A

Tomando la información de los resultados planteados se dedujo que un 66.67% de la población conformada por 4 personas piensan que los actores involucrados en un diseño de programa de RSE serian los proveedores, trabajadores y comunidad. Sin embargo una pequeña parte de la población, expresada en un 33.33% asociado a 2

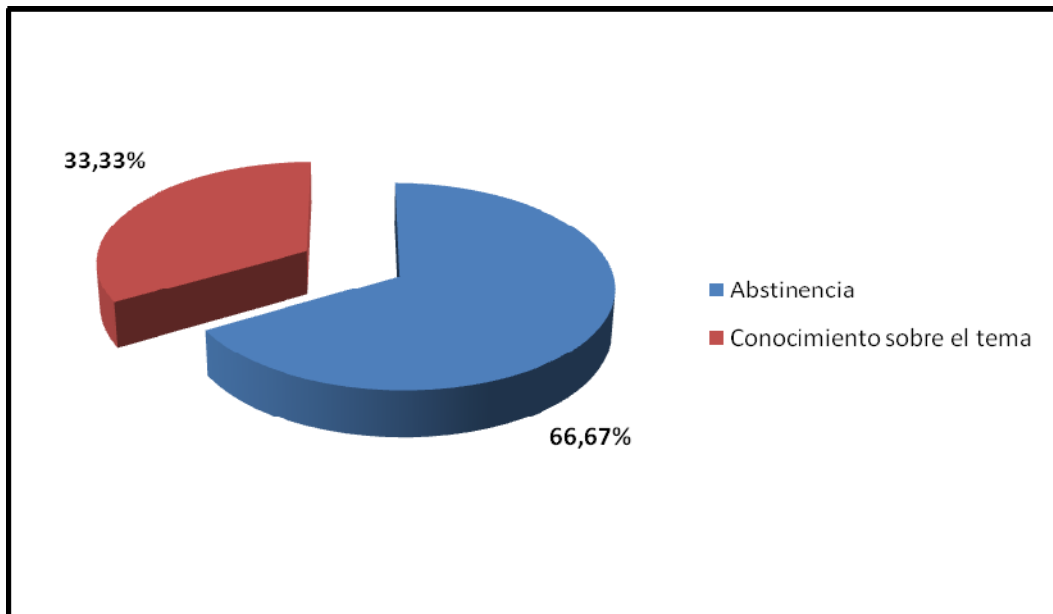
personas, no contestaron la pregunta estructurada.

Guillen (2005) señalo que hay dos grupos implicados, los cuales son: directos e indirectos, los primeros están conformados por personas que conforman la organización, tanto los que tengan responsabilidad directa como los que no la tengan, mientras que los últimos son aquellos que aportan los recursos para que la empresa pueda realizar sus actividades consecuentemente.

Mencionado esto, se puede establecer que una fracción de los trabajadores relacionado con el 66.67% de la población de la Empresa Agropecuaria Aprocao C.A, conocen con exactitud las personas interesadas para el diseño de un Programa de RSE, resultado que es importante porque nos señala que hay un interés en la población de contar con el programa antes mencionado. Es por ello que otra parte de la población menos significativa se abstuvieron de contestar la pregunta, demostrando que no conocen la información sobre este tema, conformado en su totalidad por un 33.33% de la población es por ello que se deben aplicar campañas publicitarias que permitan conocer los lineamientos sobre los cuales está basado el Programa de Responsabilidad Social Empresaria que se desea implementar.

Grafico # 3: Distribución porcentual respecto a: Cuáles son las acciones concretas a incorporarse en el programa de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa Aprocao, C.A.

- 1.- *Asegurar que se lleven a cabo las actividades establecidas en el diseño del programa de RSE*
2. *Poner a disposición una parte de los recursos de la organización para darle cumplimiento a las directrices que dictamine el programa seleccionado.*



Fuente: Cuestionario aplicado a los trabajadores de la empresa Agropecuaria AROCAO C.A

Se puede apreciar que solamente un 33.33% correspondiente a 2 personas manifestaron tener conocimiento en cuanto a las acciones tomadas en cuenta para ejecutar un programa de RSE, de la cual 1 persona se inclinó hacia medida de respaldo y la otra hacia la medida de facilitar. Mientras que la cantidad restante expresada en un 66.67% se abstuvo de responder la interrogante.

Fernández (2009) Se basa en cuatro categorías básicas que son: Obligar o regular, Facilitar o fomentar, Colaborar o aliarse, Respalda o promover.

Se obtiene de la siguiente explicación que, la mayor parte de los trabajadores (66.67%) no conocen la pregunta planteada, sin embargo un 33.33% de la población tienen una idea sobre las acciones concretas a incorporarse en el programa de Responsabilidad Social Empresarial, aunque no es cifra suficiente para respaldar su afirmación. Que evidenciado es necesario aplicar campañas de información que permitan concientizar al personal en cuanto al tema de RSE, además de su importancia para que los trabajadores se involucren en las actividades sociales de la empresa, porque de esta manera se contribuye al bienestar tanto laboral como empresarial.

La idea de los trabajadores en cuanto a la RSE es sorprendente, pues forman parte de la empresa, son quienes producen y al mismo tiempo solo son empleados de una sociedad de capital. Es por esto que forman parte constitutiva y parte implicativa de la empresa. Estarán más orgullosos de pertenecer a una empresa que sea socialmente responsable.

CAPITULO IV.

LINEAMIENTOS DEL PROGRAMA PROPUESTO.

PROGRAMA RSE APROCAO

El Programa de Responsabilidad Social Empresarial APROCAO, tiene el reto de apoyar a la empresa en la implementación, desarrollo, evaluación y mejora de prácticas socialmente responsables y de ciudadanía corporativa que le permitan alcanzar la excelencia de negocio e impactar en forma positiva a la sociedad de agricultores y comunidad en general.

APROCAO pretende promover la participación ciudadana de la empresa, a través de campañas para fortalecer el medio ambiente, impulsando el deporte a través de actividades que involucren a la comunidad y sus trabajadores e incrementar la productividad de sus proveedores mediante financiamientos y asesoramientos técnicos. Su carácter no lucrativo, además de sus alianzas con los productores de cacao, lo harán un socio ideal para iniciar u optimizar los programas de responsabilidad e inversión social de su empresa. La iniciativa de este programa se inscribe en un proyecto que se mantendrá con el objetivo de ayudar a quienes más lo necesitan. Para que este programa pueda realizarse, debe contar con el compromiso de un grupo de voluntarios que destinen algunas horas de su trabajo para dar soporte a las diferentes actividades del proyecto.

Vinculaciones con los Proveedores: En la parte productiva se encuentra la comunidad agrícola que se encargan de proveer a la empresa de la semilla del cacao, es por esto que se propone brindarle asesoramiento técnico a los agricultores en

cuanto al trato que deben darle a las plantas de cacao, la siembra, la recolección, la selección y almacenamiento del producto, además de esto ofrecerle ayuda financiera como inversión para incrementar la producción.

Vinculación con los Trabajadores: La gerencia no puede descuidar dentro del desarrollo del Capital Humano a sus trabajadores, todo lo contrario, debe motivárseles a que manifiesten su creatividad, potencial que traen consigo, capacitándolos desarrollándoles sus habilidades a fin de formar un equipo de trabajo emprendedor, que garantice éxito en su gestión y que sus resultados beneficien a todos. Dicho esto, dentro de esta propuesta se pretende ofrecerles a este grupo, talleres de capacitación, incentivos regulares y ambiente laboral saludable.

Vinculación con la comunidad: La relación de la empresa con la comunidad representa un factor importante, ya que esta puede ser tomada en cuenta como una fortaleza, siempre y cuando sea positivo el enlace, de lo contrario podría convertirse en una amenaza. La idea planteada hacia este sector pretende contribuir de alguna u otra forma a la concientización ambiental mediante jornadas de limpieza y mantenimiento de las calles adyacentes, de igual forma promover la actividad deportiva con los jóvenes cercanos a la comunidad.

Los beneficios obtenidos a través de estas propuestas serán de gran magnitud, ya que van de la mano con los objetivos principales de la empresa como los son:

- Enaltecer la reputación de la empresa.
- Abastecer a la industria chocolatera del mejor cacao.
- Ser reconocida como empresa líder en prestación de servicios y apoyo a productores de cacao.

Con este programa se pretende percibir aumento en la productividad de la empresa, así como también una mayor competitividad. Cada día es más importante el

comportamiento social de las empresas, por lo que en la actualidad los organismos ya no se preocupan de evaluar solamente el capital y los valores económicos. Las empresas que poseen políticas de RSE suelen ser mejor evaluadas y tienen una mayor valoración en el mercado, que las que no las tienen.

De esta manera también se procura mejorar la imagen corporativa de la empresa y de esta forma sus productos, servicios y marca logran un mayor fortalecimiento ante el mercado y la comunidad, ya que existe una mayor consideración y aceptación de los precios por parte de los consumidores, pues la empresa sigue pautas sociales responsables.

Realizarse un mejoramiento del clima laboral, un mayor rendimiento y compromiso por parte de los empleados en las tareas que se inicien. Se puede colaborar en la reducción de problemas sociales graves, a través de la realización de algunas actividades, se puede lograr un pequeño pero significativo cambio social.

Concretar objetivos: una vez establecidas las necesidades se proceden a elaborar una serie de paquetes sociales enfocadas en corregir lo que se esté haciendo mal en el menor tiempo posible, por otro lado estos objetivos estén en relación con los valores y estrategias de la empresa. Finalmente la empresa debe disponer de una serie de recursos ya sean de dinero, tiempo, personal y estructuras para que estos planes fijados tengan continuidad sin interrumpir el propósito del programa. Como lo es el de beneficiar a las partes involucradas.

Cuando los objetivos están claros ya se pueden traducir en planes de acción y designar a los responsables de llevarlos a cabo, las etapas y plazo los recursos con los que van a contar los resultados esperados y como se medirán. El programa debe incluir una memoria de sostenibilidad para comunicar de forma sistemática y transparente las acciones sociales que realiza la empresa esta memoria se lleve a cabo

cada dos años y conste de 3 puntos claves en primer lugar mantener el equilibrio entre los balances medioambientales, económicos y social. En segundo lugar compromiso absoluto con los grupos de interés o las personas interesadas en la empresa y por último las pautas de actuación e indicadores de la dimensión económica medioambiental y social de las actividades productos y servicios que ofrece la empresa.

Para que el plan sea exitoso los directivos de la empresa deben involucrarse en todos los niveles representando a la compañía y fomentando políticas de RSE ya que es imprescindible que la empresa beneficie a la comunidad a través de acciones de un programa.

CONCLUSIONES

Basados en los aspectos más relevantes de la investigación realizada y el análisis de la información obtenida, a continuación se presentan las siguientes conclusiones:

Una empresa socialmente responsable, es aquella donde sus directivos y el personal de mando asumen en todas sus decisiones el compromiso social, transformando su cultura empresarial, incorporando de forma voluntaria valores éticos en sus acciones, de manera de no depender del cumplimiento obligatorio de reglamentos y normas, actuando con integridad, responsabilizándose por sus decisiones, respetando el medio ambiente y trabajando para que sus operaciones no conlleven un impacto negativo en éste.

El compromiso adquirido hacia la empresa por parte de los trabajadores, permite que las acciones que ésta emprende en su beneficio, mejoren su nivel productivo, y su rendimiento, además de aumentar la calidad en sus productos y servicios.

Una empresa socialmente responsable, se convierte en una entidad más eficiente, aplicando políticas y programas que aumente su productividad, además de reducir sus costos, es atractiva al mercado, aumentando la preferencia de sus clientes hacia los productos y servicios que distribuye.

De allí pues, que se hizo necesario concretar los lineamientos sobre la propuesta del programa de Responsabilidad Social Empresarial de la Empresa Agropecuaria Aprocao, donde se llevó a cabo un diagnóstico de la situación que reflejaba el

personal de dicha empresa. Esta iniciativa tuvo su punto de apoyo en el levantamiento de información, en donde se pusieron de manifiesto situaciones que pueden contribuir a consolidar esta empresa, y que están relacionadas con incentivos laborales, financiamientos a productores, programas de capacitación para los productores. De igual manera se determinó la inexistencia de un instrumento que permita evaluar las actividades de los trabajadores para darle meritos y beneficios que promuevan su labor en la empresa.

Es por ello, que la empresa debe implementar los lineamientos de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial, de modo formal para dar cumplimiento a las exigencias en lo relacionado con la puesta en práctica de iniciativas que fomenten la sensibilidad social y la cooperación comunitaria, logrando así aumentar el estímulo de los trabajadores para lograr los objetivos de manera eficaz y eficiente.

Por consiguiente, los lineamientos propuestos, constituyen un instrumento de apoyo para la Gerencia de Agropecuaria Aprocao C.A, ya que al atender las exigencias tanto de sus trabajadores como comunidad y proveedores podrá fomentar el normal desarrollo de sus actividades.

Los lineamientos contemplados en el programa de Responsabilidad Social Empresarial, constituye un instrumento fundamental que va a propiciar que la jornada laboral se lleve a cabo de forma agradable, por constituir un factor determinante en la motivación del personal de esta empresa.

Por otra parte, también los proveedores se van a sentir comprometidos con esta organización, al brindárseles la oportunidad de participar en jornada de capacitación, que van a contribuir a ampliar los conocimientos en áreas relacionadas con la producción y comercialización.

Por último, es conveniente afirmar que los lineamientos contemplados en el Programa de Responsabilidad Social Empresarial, responden a las expectativas planteadas por el Departamento de Recursos Humanos de la Empresa Agropecuaria Aprocao C.A.

RECOMENDACIONES

Una vez alcanzadas las conclusiones derivadas de la investigación se presentan las siguientes recomendaciones a la Empresa Agropecuaria Aprocao C.A, a fin de adecuar las condiciones para realizar formalmente el diseño de un programa de RSE, establecer el plan de implementación y evaluación de sus resultados:

Se recomienda al Departamento de Recursos Humanos implantar el Programa de Responsabilidad Social Empresarial, partiendo del hecho que esta aplicación responde como instrumento tecnológico novedoso para resolver satisfactoriamente los inconvenientes que se vienen suscitando por no contar con el programa mencionado.

Una vez realizada la implementación del programa por parte del departamento de Recursos Humanos, es factible que se ponga en práctica un ciclo de talleres y charlas para dar a conocer el programa y que todos los trabajadores y proveedores de la empresa conozcan las bondades de esta práctica, la cual garantizará la fluidez de las actividades realizadas en cada proceso.

Con la puesta en marcha del programa, es recomendable que se ponga en práctica un seguimiento periódico que garantice el normal funcionamiento del mismo, con el apego a la normativa legal, al momento de diseñar las políticas requeridas por esta organización.

Seguir con la constante aplicación de los programas y planes de Responsabilidad Social Empresarial, dirigidos a mejorar el ambiente de trabajo; así como, la satisfacción de las necesidades de los proveedores en lo concerniente a la capacitación y el financiamiento, que contribuyan a elevar la calidad de vida de su grupo familiar.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Capital Humano: conjunto de recursos humanos con los que cuenta una empresa. Esencialmente el término se refiere al valor agregado de los conocimientos y experiencia que se invierten en el trabajo y que proporcionan beneficio a la empresa. (Diccionario de administración y finanzas, 2003 p.71).

Calidad de Vida Laboral: son las condiciones óptimas y adecuadas que se les ofrecen a los colaboradores en sus áreas de trabajo, para lograr mayor productividad y desarrollo personal, incluyendo a todos los niveles de la organización. (Institutos Ethos 2007).

Balance Social: es un instrumento que permiten revisar la educación de la empresa con todos los públicos con los cuales se relaciona. (Méndez, 2004 p.189).

Donación: cláusula de un documento en la que se trasmite un título de propiedad a otra persona (Diccionario de administración y finanzas, 2003 p.184).

Empresa: es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado. (Diccionario de la lengua Española, 2000 P.83).

Filantropía: significa amor al género humano. (Diccionario de la Lengua Española, 2000 p. 93).

Inversión Social: es la forma en que la empresa hace llegar sus recursos hacia la comunidad, en donde se benefician ambos, ya que se destinan recursos para actividades u obras con el fin de establecer una buena reputación e imagen, y de generar confianza entre los miembros de la comunidad. (Banco mundial 2006).

Medio ambiente: espacio físico constituido por las personas que nos rodea, la casa en que vivimos, las calles que transitamos, el aire que respiramos la naturaleza que nos circunda y todos estos elementos considerados de forma amplia y si ninguna excepción. (Julio Montes, 2001 p.14).

Responsabilidad: obligación que tiene una persona frente a una cosa impuesta por la ley. (Diccionario de administración y finanzas, 2003 p.444).

Responsabilidad Social: expectativa de que las empresas deberían actuar en intereses del público y contribuir a la solución de los problemas sociales y ecológicos. (Diccionario de administración y finanzas, 2003 p.446).

Sensibilidad Social: es la capacidad de una empresa para relacionar sus operaciones y políticas con el ambiente social. (Robbins, 1994 p. 169).

Sector Público: segmento de la economía que incluye todos los niveles de la administración pública y excluye empresas y familia. (Diccionario de administración y finanzas, 2003 p.457).

Sector Privado: segmento de la economía compuesto por empresas y familias, excluyéndolas administración pública. (Diccionario de administración y finanzas,

2003 p.457).

Sistema: colección de operaciones y procesos que controlan y llevan a cabo una actividad. (Diccionario de administración y finanzas, 2003 p.470).

Sistema Monetario: conjunto de normas e instrumentos, instalaciones e instituciones (entre ellas, los bancos centrales) de un país o una comunidad económica que regulan todo lo relacionado con las diferentes formas de dinero y la liquidez de una economía. (Diccionario de administración y finanzas, 2003 p.473).

Sistema Laboral: el criterio que preside a este sistema es el de ayudar a las familias propiamente trabajadoras ya sea asalariadas o independientes a la protección que está estrechamente vinculada al trabajo y su campo de aplicación suele corresponder con el de los seguros sociales de inspiración laboral. (Oswaldo la barca, 1969 p.29).

Sociedad: conjunto de personas que se establecen en entidad legal, con el fin de ejercer una actividad lucrativa dentro del ámbito marcado por la ley. Pueden, asimismo, formalizar contratos, ser propietarios, administrar y vender bienes. (Diccionario de administración y finanzas, 2003 p.476).

Sustentabilidad: es el estado o calidad de la vida, en la cual las aspiraciones humanas son satisfechas manteniendo la integridad ecológica. Esta definición lleva implícito el hecho de que nuestras acciones actuales deban permitir del medio ambiente y que las aspiraciones humanas se mantengan por mucho tiempo. (Money 1993 p.82).

BIBLIOGRAFÍA.

Arias F. (2006). **El proyecto de investigación.** (5ª ed.). Episteme. Caracas.

Brooking, A.. (1996). **El Capital Intelectual** (1 ed.). Editorial Páidos. Barcelona España.

Boland, L. (2007) **Función de la Administración, Teoría y Práctica** (1º Edición) Bahía Blanca. Universidad Nacional del Sur – Ediums 2007. Argentina.

Constitución de La Republica Bolivariana De Venezuela. Gaceta oficial 36.860 de fecha 30 de Diciembre de 1999.

Chiavenato, I (2002). **Administración de los nuevos tiempos.** Mc Graw Hill. Bogotá

Diccionario de Administración y Finanzas. Océano Centrum. Año 2009

Fernández, R. (2009). **Responsabilidad Social Corporativa.** Club Universitario. Madrid

Guillen, M.. (2005). **Ética en la Organización, Construyendo Confianza.** Prentice Hall. Madrid

Hubert K. Rampersad (2006). **El cuadro de mando personal.** Editorial Mc Graw Hill. España.

Koontz, H y Weihrich, H (1997). **Administración una perspectiva global.** Mc Graw Hill. México

Ley Orgánica del Trabajo. Gaceta Oficial N° 38426 de fecha 28 Abril de 2006.

Ley Orgánica del Sistema de Seguridad Social. Gaceta Oficial N° 37600 de fecha 30 de Diciembre.

Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Gaceta Oficial N° 35.236 de fecha 26 de Julio de 2005.

Mondy, W. y Noe, R. (2005). **Administración de recursos humanos** (9ª ed.). Printed. México.

Reyno, M. (2008). **Responsabilidad Social Empresarial Como Ventaja Competitiva.** Editorial electrónica gratuita.

Robbins, S y Coulter, M (2005). **Administración.** Prentice Hall. México

Salazar, Y. y Salazar, R. (2008). La responsabilidad social empresarial asumida por Banesco Banco Universal con relación a sus empleados agencia Carúpano, Municipio Bermúdez Estado Sucre. Área de Administración Universidad De Oriente, Carúpano Estado Sucre.

Salkin, N. (1999). **Métodos de investigación** (3 ed.). Editorial Printed. México.

Zapata, O. y Marcano, T. (2007). **La responsabilidad social empresarial en la prevención de accidentes y enfermedades laborales en la clínica de Especialidades C.A. Carúpano. Estado Sucre** trabajo de grado. Área de Administración, Universidad de Oriente, Carúpano Estado Sucre.

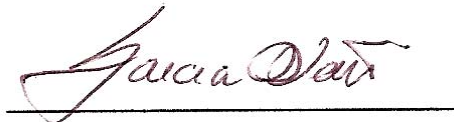
ANEXOS

CARTA DE VALIDACIÓN DEL CUESTIONARIO

Yo, Edgar García, como profesor vinculado al área de estudio, doy aprobación al instrumento utilizado por las investigadoras para la recolección de información en el desarrollo de su trabajo de curso especial de grado titulado **“PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL INTERNO Y EXTERNO PARA LA EMPRESA AGROPECUARIA APROCAO C.AEN EL MUNICIPIO BERMÚDEZ DEL ESTADO SUCRE AÑO 2011.”**

Es necesario señalar que para la validación del instrumento, antes de su aplicación a la muestra fue sometido a una revisión de mi parte y considero que las preguntas que conforman el cuestionario, fueron elaboradas cuidadosamente e incluyen los aspectos que se creen oportunos para el estudio. Para ello se tomó en cuenta la redacción, relevancia y la adecuación de las interrogantes con respecto a los objetivos de la investigación, así como la representatividad y confiabilidad del instrumento.

El instrumento contiene lo necesario para ser contestado con gran facilidad. Y aportará las respuestas relacionadas con el tema de investigación.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Edgar García', is written above a horizontal line.

Prof. Edgar García



UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE - CARÚPANO
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS
GUIÓN SEMI-ESTRUCTURADO

Este instrumento tiene por objeto recopilar información para elaborar el trabajo de grado titulado “Programa de Responsabilidad Social Empresarial Interno y Externo para la Empresa Agropecuaria APROCAO C.A del Municipio Bermúdez, Estado Sucre”.

La información suministrada por usted debe ser veraz para que arroje los resultados que permitan lograr los objetivos propuestos en esta investigación. Los entrevistados forman parte del personal que labora en esta institución.

Los datos recolectados tendrán carácter de confidencialidad y no compromete en ningún momento a su persona

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

Autores:

Joel Tovar

Karimar Salazar

Luinnis Cedeño.

GUIÓN SEMI ESTRUCTURADO

1) Considera usted que en la Agropecuaria Aprocao C.A cumple con los siguientes aspectos establecidos en la Ley Orgánica del Trabajo como lo son:

- a) Adiestramiento_____
- b) Capacitación_____
- c) Paquetes sociales_____
- d) Prestamos en vivienda_____
- e) Sistema de salud_____
- f) Becas de estudio_____
- g) Todas las anteriores_____
- h) Ninguna de las anteriores_____
- i)

2) Considera usted que la empresa Agropecuaria Aprocao C.A cumple con los siguientes aspectos en la comunidad donde realiza su actividad comercial:

- a) Planes deportivos_____
- b) Planes culturales_____
- c) Ayuda a instituciones benéficas_____
- d) Dotación de insumos escolares a instituciones educativas_____
- e) Programas de conservación del medio ambiente_____
- f) Programa de financiamiento para mejorar la producción y productividad_____
- g) Programa de capacitación a través de la asistencia técnica a los productores_____
- h) Todas las anteriores_____
- i) Ninguna de las anteriores_____

3) ¿Cuáles de los elementos mencionados en las preguntas anteriores considera usted como primordial para aplicar en la Propuesta del Programa de

_____; _____; _____
_____; _____; _____
_____; _____; _____

4)

P

¿Porque cree usted que es importante para la empresa Agropecuaria Aprocao C.A contar con un programa de Responsabilidad Social Empresarial: _____

_____.

5) **Quienes son los actores clave interesados en el diseño de un programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Aprocao C.A:** _____

6) **Cuáles son las acciones concretas a incorporarse en el programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Aprocao, C.A** _____

GRACIAS POR LA COLABORACIÓN PRESTADA.

HOJA DE METADATOS

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/5

Título	PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL INTERNO Y EXTERNO PARA LA EMPRESA AGROPECUARIA APROCAO C.A DEL MUNICIPIO BERMÚDEZ DEL ESTADO SUCRE. AÑO 2011
Subtítulo	

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Br. Cedeño L, Luinnis	CVLAC	17.217.804
	e-mail	luinnis@hotmail.com
	e-mail	
Br. Salazar Karimar	CVLAC	17.955.511
	e-mail	karimarsm406@hotmail.com
	e-mail	
Br. Tovar A, Joel	CVLAC	17.779.249
	e-mail	tovar802@hotmail.com
	e-mail	

Palabras o frases claves:

Responsabilidad Social Empresarial
Programa

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias Administrativas	Administración

RESUMEN

La investigación que a continuación se presenta se realizó con el propósito de promover el desarrollo en los trabajadores y comunidad general que permiten realizar de forma eficaz las actividades de la empresa Agropecuaria APROCAO C.A, con el fin de facilitar el desempeño de la organización, tomando en consideración un conjunto de rasgos determinantes, como lo son: las condiciones actuales de la empresa ,los actores clave interesados, los elementos a considerar para la formulación del programa de RSE, las acciones concretas a incorporarse en el programa de RSE y el programa de RSE. Para llevar a cabo el análisis, se hizo necesaria la utilización del tipo de investigación de campo y descriptiva, apoyada en la revisión de fuentes bibliográficas y documentales, así como también de fuentes electrónicas (internet). La recopilación de la información se realizó a través de la aplicación de un guión semi-estructurado comprendido por 3 preguntas cerradas de selección simple y 3 abiertas, de igual forma, se elaboraron gráficos a través de los resultados del instrumento aplicado, posteriormente se analizaron los datos y se precisaron las características de la implementación del programa, razones por las cuales se proponen un conjunto de recomendaciones que permitan resolver la problemática de estudio. Como conclusión importante se indica que la empresa debe implementar un Programa de RSE, para que se mantenga la armonía y poder cumplir con las operaciones normales de la empresa.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/5

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail										
	ROL	CA		AS		TU	X	JU			
Ing. María L, Bruzco H,	CVLAC	5.876.202									
	e-mail	mlbruzco@gmail.com									

Fecha de discusión y aprobación:

Año Mes Día

2011	03	31
------	----	----

Lenguaje: Spa

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/5

Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
Tesis-CedeñoL_SalazarKyTovarJ.doc	Word

Alcance:

Espacial: _____ (Opcional)

Temporal: _____ (Opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciatura en Administración

Nivel Asociado con el Trabajo:

Licenciatura

Área de Estudio:

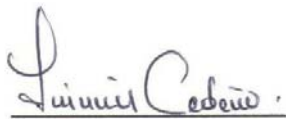
Departamento de Administración

Institución(es) que garantiza(n) el Título o grado:

Universidad de Oriente – Núcleo de Sucre - Carúpano

Derechos:

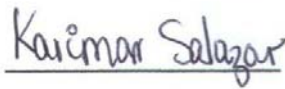
Nosotros los autores de esta investigación cedemos los derechos de Publicación del contenido completo del presente trabajo a la Universidad de Oriente reservándonos los derechos de Autoría del mismo



AUTOR 1

Br. Cedeño L, Luinnis T.

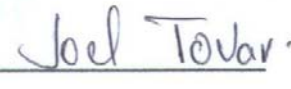
C.I. 17.217.804



AUTOR 2

Br. Salazar M, Karimar

C.I. 17.955.511



AUTOR 3

Br. Tovar A, Joel J.

C.I. 17.779.249


JURADO

Ing. Maria L, Bruzco H,

C. I: 5.876.202

POR LA SUBCOMISIÓN DE TESIS:



