

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**



**DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LA EMPRESA BOLIVARIANA DE PRODUCCION
SOCIALISTA CACAO ODERI S.A. PARA EL AÑO 2011**

AUTORES

Acosta R, Angélica del V C.I: 18.215.158

Lugo V, Xavier J C.I: 17.955.569

Salcedo M, Ana Y C.I: 18.215.785

**Trabajo de Curso Especial de Grado presentado como requisito parcial para
Optar al título de LICENCIADO EN ADMINISTRACION**

Carúpano, Marzo de 2011.

**UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN**



**DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LA EMPRESA BOLIVARIANA DE PRODUCCION
SOCIALISTA CACAO ODERI S.A. PARA EL AÑO 2011**

AUTORES

Acosta R, Angélica del V C.I: 18.215.158

Lugo V, Xavier J C.I: 17.955.569

Salcedo M, Ana Y C.I: 18.215.785

ACTA DE APROBACIÓN DEL JURADO

**Trabajo de Grado aprobado en nombre de la Universidad de Oriente, por el
Siguiendo jurado calificador, en la ciudad de Carúpano, a los 18 días del mes de
Marzo de 2011**

**Profesora
Licda. María L. Bruzco
Jurado Asesor**

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	i
DEDICATORIA	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTOS	v
AGRADECIMIENTOS	vi
AGRADECIMIENTOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
RESUMEN.....	xii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	5
EL PROBLEMA	5
CAPITULO II	18
GENERALIDADES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE).....	18
CAPITULO III.....	57
DE LOS SERVICIOS SOCIALES.	57
CAPITULO III	64
ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	64
CAPÍTULO IV	103
PROPUESTA PARA UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA BOLIVARIANA DE PRODUCCIÓN SOCIALISTA “CACAO ODERÍ”, S.A	103
CONCLUSIONES	108
BIBLIOGRAFIA	111
ANEXOS	120
HOJA DE METADATOS.....	122

DEDICATORIA

En primer lugar, no podría empezar sin nombrar a una persona que con mucho esfuerzo, sacrificio y convicción ha alcanzado una por una los objetivos propuestos en su vida y esa persona especial soy: YO!!!. Espero que este sea el primer trabajo de muchos por realizar y la primera de muchas metas por alcanzar.

A ELY MATA, por ser mi madre, el ser que me ha dado la vida; por ser mi amiga, gracias por todos esos consejos, palabras de aliento, y por el cariño y apoyo que siempre me has dado, eres todo para mí. Al Sr. FRANCISCO SALCEDO, por ser mi padre, la persona a la que en parte le debo solamente la vida.

A todas mis hermanas Francelis, Mayelin y Frannys Salcedo las quiero gracias
A mi abuela, Aurora Mata que dios la bendiga y siga dándole fuerzas y vida. A mis tías

A mis primos para que les sirva de ejemplo de que las cosas se pueden lograr. A mis amigos, Eddy, Mirna, Yuneikar, Rosangel, Wilmer, Omerys, José Manuel, y en especial a Xavier Lugo quien me apoyo y estuvo conmigo a lo largo de mi carrera. Con ellos he compartido grandes momentos.

Ana Salcedo

DEDICATORIA

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a Dios por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome todas las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras que se me presenten.

Le agradezco a mi mamá Reina Villarroel ya que gracias a ella soy quien soy hoy en día, ya que ha velado por mi salud, mis estudios, mi educación, alimentación entre otros, quien le debo todo, horas de consejos, de regaños, de reprimendas de tristezas y de alegrías de los cuales estoy muy seguro que lo ha hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser integral y del cual me siento extremadamente orgulloso.

Le agradezco a mis hermanos: Wilmer, Roxana y Estefany, los cuales han estado a mi lado, han compartido todos esos secretos y aventuras que solo se pueden vivir entre hermanos y que han estado siempre alerta ante cualquier problema que se me pueda presentar.

También le agradezco al Sr. Wilfredo Gómez, por prestarme siempre su apoyo incondicional, igualmente a Ana Salcedo, quien compartió muchos momentos felices de mi vida y también me brindó su apoyo en los momentos que ciertamente los necesitaba.

Xavier Lugo.

DEDICATORIA

En primer lugar, a Dios por darme salud y fuerza para superar todos los inconvenientes que han surgido a lo largo de toda mi vida.

A mis padres Saday Rondón y Luís Acosta, por apoyarme en todo momento y confiar en mí, y por siempre estar a mi lado. A ambos, por darme la vida, salud, consejos y amor.

A toda mi familia y, en especial a mi abuela Santa González sé que me estas apoyando y disfrutando conmigo este triunfo!, A mi abuelo Paulino Rondón ¡Te Quiero Viejito!, A mi Bisabuela Estebina González, A mis Hermanos: Jeans, Luís, Noheli y Patricia por ser tan especiales en mi vida LOS ADORO, a mi sobrina bella que es la luz de mi casa y mi corazón KAMILA SARAY y A mi sobrina VICTORIA. A todos mis tíos: Damary, Mary, Gady, Ismael, Neisis, Paulo, Daniel, Abismael, Francisca y Albis Acosta.

A mi pareja sentimental Dennys Cabrera por estar conmigo y brindarme todo el apoyo necesario para culminar mi carrera, A Noris y Denis la familia Cabrera Moreno por su confianza Gracias. A Roger Cabrera “mi segundo padre” y el señor José Moya.

A mis primos para que les sirva de ejemplo de que las cosas se pueden lograr, A mis Hermanas Eusbeth Marcano y Davinia Salas (Michi), A mis amigos Athalidys, Olys, Yolimar, Carolina, José Mendoza entre otros, quienes han estado conmigo a todo lo largo de mi carrera. Con ellos he compartido grandes momentos y los que nos faltan.

A mis compañeros de trabajo de grado Ana Salcedo y Xavier Lugo por ser tan pacientes, buenos compañeros y amigos.

Angélica Acosta.

AGRADECIMIENTOS

A Dios primeramente, porque me ha dado salud, inteligencia y sabiduría para cumplir este primer gran logro en mi vida.

A la Universidad de Oriente por darme la oportunidad de formarme profesionalmente en una carrera y a todos los profesores y profesoras que de una y otra manera estuvieron involucrados en ello.

A la profesora Marisol Marcano y Lourdes Bruzco por haberme prestado su apoyo y colaboración durante la realización de esta investigación y, por todos los consejos, apoyo y lecciones de vida que nos dieron tanto a mis compañeros como a mí.

A mis padres por ser esa base espiritual y emocional sobre la cual sustento mi existencia, ejemplo de vida y mis logros.

A mis compañeros del curso especial de grado por todos los momentos alegres que compartimos y el apoyo que nos dimos mutuamente.

Ana Salcedo.

AGRADECIMIENTOS

Es mi deseo como sencillo gesto de **agradecimiento**, dedicarles mi humilde obra de trabajo de grado plasmada en el presente informe, en primera instancia a mis progenitores, (uno de ellos ya partió a la presencia del Altísimo) quien permanentemente me apoyo con espíritu alentador, contribuyendo incondicionalmente a lograr las metas y objetivos propuestos.

A los docentes que me han acompañado durante el largo camino, brindándome siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzando mi formación como estudiante universitario.

Dedico este trabajo de igual manera a mi tutor quien me ha orientado en todo momento en la realización de este proyecto que enmarca el ultimo escalón hacia un futuro en donde sea participe en el mejoramiento del proceso de enseñanza y aprendizaje igualmente a la profesora Marisol Marcano por haberme ayudado en el momento requerido.

A la familia Salcedo Mata, por brindarme su confianza y apoyo en especial de ellos a Frannys Salcedo, al igual que a la familia Ramírez Gómez, gracias a todos ellos.

Xavier Lugo.

AGRADECIMIENTOS

Ante todo, a Dios todo poderoso por darme la vida para lograr esta meta aspirada después de tantos esfuerzo y caídas, que he tenido durante mi formación profesional, solo tú sabes el sacrificio que he pasado y en mis días y noches, me guiaste con tu luz por el camino correcto para no desmayar. Por eso gracias mil gracias Dios.

A mis Padres, Saday Rondón y Luis Acosta por su constante amor inexplicable para mi superación personal, sin ningún interés material han vivido mi lado cada sentimiento, que expresa mi corazón y sin importarles nuestras diferencias ni mis fallas me han apoyado y eso nunca lo olvidare, porque no todos tenemos la dicha de tener unos padres tan responsable como ustedes y por eso no me cansare nunca de expresarles hoy mañana y siempre pase lo que pase, que los AMO con todo mi corazón.

A las licda. Marisol Marcano y Lourdes Bruzco por siempre brindarnos apoyo y orientación en los momentos difíciles y cuando más lo necesitamos. Mil gracias por toda su colaboración. A la T.S.U Alejandra Alcázar por su gran disposición, colaboración y amabilidad en el suministro de la información que permitió cumplir con el objetivo del proyecto.

Al Licdo. Y amigo Héctor Brito por su incondicional ayuda y disposición en la realización del mismo. Al Sr. Reino Moreno, por dedicar parte de su tiempo a corregir la redacción y estructuración del proyecto. Gracias.

Definitivamente, a la Universidad De Oriente, por ser mi máxima casa de estudio, por ofrecerme la oportunidad de prepararme profesionalmente como ser apto para enfrentar la vida de una manera moralmente digna.

Angélica Acosta.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N°. 1 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la existencia de una misión en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	65
Tabla N°. 2 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la existencia de una Visión en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	67
Tabla N° 3 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a las decisiones tomadas basadas en la misión y la visión en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	68
Tabla N°. 4 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a los beneficios percibidos que corresponden según ley en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	70
Tabla N° 5 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la capacitación del personal en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	72
Tabla N°. 6 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a los conflictos entre trabajadores empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	74
Tabla N°. 7 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, al mobiliario e infraestructura apropiada que permita trabajar con comodidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.....	75
Tabla N°. 8 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la iluminación en sus puestos de trabajo empresa	

Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	77
Tabla N°. 9 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a el salario devengado le permite cubrir las necesidades y la de su carga familiar en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.....	78
Tabla N°. 10 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la existencia de política de apoyo a la comunidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	80
Tabla N°. 11 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la comunicación con los empleados en cuanto Programas de apoyo a la comunidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	82
Tabla N°. 12 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la participación en alianzas con otras empresas para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	83
Tabla N°. 13 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la integración de personas con discapacidades diferentes en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	85
Tabla Nª 14 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la disposición de procesos de capacitación medioambientales en la empresa de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.....	87
Tabla N°. 15 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, controles de impacto ambiental generado por las	

actividades en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.....	89
Tabla N° 16 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la existencia de políticas para atender quejas sobre agresión del medio ambiente en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.....	91
Tabla N° 17 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la transparencia en cuanto a la información suministrada al consumidor en la empresa de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	92
Tabla N° 18 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a las especificaciones, precios y condiciones de comercialización del producto o servicio en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	94
Tabla N° 19 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, campañas publicitarias de acuerdo a los valores que posee la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	95
Tabla N° 20 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, principios que son aplicados por la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	97
Tabla N° 20 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, principios que son aplicados por la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.	99
Tabla N° 21 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, al conocimiento de la Responsabilidad Social en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano para el año 2011.	101

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



**DISEÑAR UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL EN LA EMPRESA BOLIVARIANA DE PRODUCCION
SOCIALISTA CACAO ODERI S.A. PARA EL AÑO 2011**

Autores:

Acosta R, Angélica del V

Lugo V, Xavier J

Salcedo M, Ana Y

RESUMEN

Las organizaciones siempre necesitan estar a la vanguardia desde que existe la apertura de los mercados a nivel global, con lo cual la competencia por el dominio de los mismos dificulta en gran medida que una empresa pueda llegar a tener éxito de forma más rápida. Para poder estar a la altura de sus competidores, recurren a herramientas denominadas estrategias, a través de las cuales pueden idear planes para aumentar sus capacidades y obtener una mayor ventaja competitiva, por lo que, se han abocado a diseñar programas que les permitan no sólo cumplir con sus objetivos y obtener mayores beneficios en sus inversiones, sino que también garantice estabilidad a largo plazo. En tal sentido, el objetivo de la presente investigación consiste en diseñar un programa como modelo estratégico para empresas que deseen adoptar esta metodología, de manera tal que les sirva de guía a la hora de formular,

implementar y evaluar la responsabilidad social. Encontrándose que una organización que preste mayor importancia a la generación de (RSE), siempre va a ser más atractiva a las comunidades porque la misma se encarga de crear responsabilidades que le permiten mantener esta ventaja sobre sus competidores, y al mismo tiempo contribuye con los grupos externos mediante la ejecución de planes de responsabilidad social empresarial con los cuales se mejoran los niveles de vida de algunos sectores de la sociedad o la aportación de bienes económicos o materiales a instituciones dedicadas a realizar labores sociales.

Palabras Clave: Estrategia. Competitividad. Responsabilidad Social Empresarial.

INTRODUCCIÓN

En un mundo tan cambiante como el de hoy, las organizaciones siempre necesitan estar a la vanguardia y, más aún, desde que existe la apertura de los mercados a nivel global, con lo cual la competencia por el dominio de los mismos ya no sólo se lleva a cabo dentro de los límites de las regiones donde éstas existen, sino que también tienen que hacerlo con estas nuevas organizaciones de origen extranjero, lo que dificulta en gran medida que una empresa pueda llegar a tener éxito de una forma más rápida, debido a que ahora tienen que esforzarse mucho más para ganarse un lugar respetable en el mercado globalizado.

Todos estos cambios a nivel mundial y, sobre todo, en lo económico, implican riesgos que las organizaciones se ven en la necesidad de asumir, por cuanto obligan a tomar decisiones que permitan sentar las bases para crear responsabilidades que impliquen implantar ventajas frente a otras organizaciones, en un mercado cada vez más dinámico.

Para poder estar a la altura de sus competidores, las organizaciones recurren a una serie de programas, a través de los cuales pueden idear planes que les permitan aumentar sus capacidades y obtener una mayor ventaja competitiva. Estos programas, representan un elemento importante para el éxito organizacional y han ido ganando terreno en el área gerencial.

Al respecto, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se emplea para referirse al rol que deben llevar a cabo las organizaciones en la sociedad, considerando no solo aspectos económicos, sino también sociales, culturales y ambientales, debido a que las mismas facilitan un mejor desarrollo, permitiendo así medir su grado de desenvolvimiento.

La RSE involucra tomar en cuenta el ambiente o contexto donde se encuentra inmersa la organización, investigar alternativas de acción, identificar prioridades y su naturaleza, elegir las estrategias que más se adapten, tanto a las necesidades como a los objetivos y, elaborar programas de acción. Mediante este programa se pueden formular las metas, determinar los objetivos y estrategias actuales, analizar los recursos, identificar las oportunidades y amenazas, así como también, el grado de cambio requerido en la responsabilidad actual, identificar, evaluar y seleccionar las mejores opciones de responsabilidades.

Aunado a lo anterior, con la aparición de un nuevo concepto conocido como desarrollo sostenible, el cual consiste en el aprovechamiento de las mejores oportunidades de inversión para obtener beneficios por encima de lo esperado, permita no sólo cubrir el capital invertido, sino también, los costos del mismo y, obtener un remanente o excedente de beneficios producto de la inversión realizada.

En este sentido, las organizaciones se han abocado, no sólo a cumplir con sus objetivos y obtener mayores beneficios en sus inversiones, sino que también les garantice estabilidad a largo plazo, lo que se traduce en sostenibilidad en el tiempo. Es importante aclarar, que la responsabilidad social no sólo ocupa el ámbito económico, por el contrario, es un aspecto que abarca todos los ámbitos de la organización y la sociedad.

El generar valor, refiriéndose al ambiente organizacional, no implica exclusivamente obtener un mayor beneficio económico, también se puede generar valor con la capacitación y mejoramiento del capital intelectual, contribuyendo al desarrollo de los grupos sociales (cliente, proveedores, fundaciones, entre otros) y también, al de las comunidades cercanas a la organización, las cuales, son mayormente afectadas por el impacto de sus actividades.

La sostenibilidad se define como la medición continua del grado de beneficios obtenidos dentro o fuera del ámbito de un proyecto en particular y, la responsabilidad social empresarial antes definida, representa los elementos más codiciados por las organizaciones, para garantizar su permanencia en el tiempo y en la economía mundial.

Por lo tanto, se vale de la implementación de un conjunto de actividades que se desarrollan en un campo global financiero, con el objeto de aprovechar el mayor número de oportunidades de inversión e incrementar sus niveles de competitividad, para formar parte de lo que se conoce como desarrollo sostenible y, dejar de buscar sólo la obtención de recursos económicos y avanzar hacia un desarrollo que tenga en cuenta las variables económicas, ambientales, sociales, tecnológicas, políticas y culturales, buscando centrarse en un comportamiento socialmente responsable, como argumento para su estrategia empresarial, basándose en que hoy se concede gran importancia a la responsabilidad social corporativa, como aspecto clave para lograr un desarrollo económico armonioso.

Por esta razón, la presente investigación se orientó a diseñar un programa de responsabilidad social empresarial, para la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A., Sucursal Carúpano, ubicada en Calle Independencia, Edificio Funda Bermúdez, Piso 3, Oficina No. 5, Carúpano, Municipio Bermúdez, Estado Sucre, por cuanto, se determinó que las diferencias que se presentan entre los empleados de esta oficina, se deben a condiciones externas e internas de los mismos, por lo tanto, ello se refleja en todos los procesos, debido a que la planificación debe estar adaptada a la organización y basada en esas condiciones.

De igual manera, el contar con el establecimiento de una visión, misión y objetivos claros, representan una de las herramientas vitales que debe manejar toda organización para tener un propósito, una guía a seguir y estándares en los cuales basarse para formular las estrategias. Ahora bien, este documento se encuentra estructurado en cuatro capítulos, tal como se indica a continuación:

En el **Capítulo I**, se presenta el problema y sus generalidades, incluyendo el planteamiento del mismo, los objetivos, la justificación, el alcance de la investigación y los aspectos constitutivos del marco metodológico, como lo son: el tipo y nivel del estudio, las técnicas de recolección de datos, definición de la población objeto de estudio, las fuentes de información y las fuentes de análisis e interpretación de los resultados.

El **Capítulo II**, está conformado por las generalidades de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), abordando los antecedentes investigativos, definición del término RSE, importancia y características, los distintos enfoques que deben emplearse, las ventajas y beneficios de su aplicación, hasta dónde penetra la RSE, cuáles son las áreas de compromiso de la RSE y cómo preparar un programa. También se incluye lo concerniente al desarrollo sostenible y los aspectos generales de la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderì, así mismo, la revisión e incorporación de las bases legales del presente estudio y los términos que ameriten una definición más precisa.

El **Capítulo III**, aborda el análisis de los resultados, el cual comprende todas las interrogantes necesarias objeto de estudio, para dar respuesta a dicha investigación.

El **Capítulo IV**, está dirigido a reflejar toda la información necesaria para el Programa de Responsabilidad Social Empresarial.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1.- Planteamiento del Problema:

Las organizaciones como grupo social están compuestas por personas adecuadas a la naturaleza de cada individuo, las cuales forman una estructura sistemática de relaciones de interacción, tendientes a producir bienes o servicios para satisfacer las necesidades de una comunidad dentro de un entorno y así poder satisfacer su propio distintivo que es su misión. Se entiende, que las mismas son núcleos sociales conformados principalmente por el hombre, por consiguiente las empresas nacieron para satisfacer las necesidades de éste y, sus funciones no se limitan.

Al estar constituidas por el hombre como principal factor, adquiere vida propia con la finalidad de permitir la autorrealización de sus integrantes, e influir directamente en el avance económico del medio ambiente donde interactúa, fundamentándose en los numerosos y divergentes intereses de sus miembros: accionistas, directivos, empleados, trabajadores y consumidores. Actualmente, deben organizar sus actividades para realizarlas con efectividad, dado lo competitivo del ambiente empresarial.

A propósito de éste, el proceso de globalización ha impulsado la competitividad empresarial, exigiendo a las organizaciones buscar alternativas de gestión que respondan de manera efectiva y eficiente a las variables del entorno laboral.

Esta situación ha implicado que en las empresas se introduzcan mejoras sustanciales en los procesos y los recursos organizacionales, en el cual se están gestando cambios significativos, los cuales, las conducen a incorporar un talento humano competente, con la finalidad de alcanzar objetivos organizacionales cada vez más exigentes.

Así mismo, de acuerdo con lo anteriormente planteado, debido a los esfuerzos globales de fortalecimiento y desarrollo sostenido de la humanidad, las empresas están marcadas ante el desafío que impone la responsabilidad social empresarial, particularmente, en los niveles de cumplimiento, a los cuales, están llamadas a desarrollar, en especial, las relativas a las actuaciones de la comunidad en general. En este sentido, son de gran importancia, los conocimientos sobre gestión, planificación estratégica y responsabilidad que debe poseer el gerente, en las áreas de la administración pública y privada, pues, su propósito no es otro que anteponer su accionar en aras del bien común del ciudadano, del interés público, en fin, la totalización del bien colectivo.

El panorama que describe la responsabilidad social empresarial (RSE) en la República Bolivariana de Venezuela, presenta debilidades, tanto en las empresas comercializadoras como productoras y de compra, donde casi no se brinda el apoyo necesario para mejorar la situación socio económica del país, producto de la acción de diversos grupos de presión conservacionistas, con respecto al llamado de responsabilidad social que atraviesa el desarrollo de las actividades sociales donde se enmarca la preocupación de estos grupos de interés y, es a través de ella, que se hace un llamado de responsabilidad social a las empresas, a que adopten valores y principios compartidos, para dar un rostro humano al mercado mundial.

En el país existen varias formas de ejercer la responsabilidad social, entre las que destacan: la promoción, financiamiento y ejecución de proyectos, realizados por

las empresas a través de organizaciones de desarrollo social y/o instituciones gubernamentales, como es el caso de la Fundación Empresas Polar y La Electricidad de Caracas, quienes realizan aportes a escuelas para comedores populares, o empresas petroleras, como la Caribbean Petroleum, que creó un plan sanitario para mejorar la calidad ambiental de su entorno.

Igualmente, la ejecución de proyectos con personal especializado dentro de las empresas; modalidad mixta o compartida de proyectos propios y ejecutados por terceros; proyectos gestionados por parte de grupos de voluntarios de la empresa; proyectos en convenio directo con las comunidades o en alianza tripartita (empresa-sociedad civil-gobierno); empresas que ejecutan proyectos a través de las iglesias y empresas que realizan diferentes aportes sociales al país, contribuyendo así, con el desarrollo social para mejorar la calidad de vida del venezolano.

Así mismo, cabe destacar que las organizaciones, bien sean públicas o privadas, tienen un gran impacto social cuando involucran a las comunidades cercanas a ellas. En el caso de la región nor-oriental de Venezuela, específicamente en Carúpano, Estado Sucre, existen una serie de instituciones gubernamentales que proveen bienestar social a las comunidades, como el caso de la Alcaldía del Municipio Bermúdez, una institución pública que está comprometida con el desarrollo de las comunidades de este municipio.

Es por ello, que se ha decidido diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial que pueda ser aplicado por la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A., donde las debilidades relacionadas con la organización y acuerdos constantes de los comercializadores, representan un factor importante para mantener focalizada la RSE en todas las regiones de Venezuela.

La problemática que se puede observar en el desarrollo de nuestras

actividades en dicha empresa, radica en que los aspectos básicos o principales que maneja la concepción de la RSE se encuentran un poco débil, ya que no existe un programa establecido que le permita a la organización prepararse y unirse para fortalecer las bases de una nueva noción del tema antes mencionado y, que a su vez, sea una empresa eficiente para contribuir a mejorar la situación actual por la que atraviesa el país, sabiendo que la RSE es un conjunto de obligaciones y compromisos legales y éticos, que se derivan de los impactos producidos por la actividades de las organizaciones, en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.

La empresa bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A. con sucursal ubicada en la ciudad de Carúpano, Calle Independencia, Edificio Funda Bermúdez, piso 3, oficina N° 5, se dedica a la compra del rubro "*cacao*", en los municipios: Libertador, Cajigal, Arismendi, Benítez y Mariño.

Con el presente trabajo, se busca realizar y actualizar una recopilación de información relacionada con la empresa cacao Oderí S. A., de manera que nos permita diseñar un programa de responsabilidad social de forma efectiva y eficiente, relacionado con la RSE que se aplica en esta empresa y, a su vez, proponer un estándar de funcionamiento que aporte beneficios a nuestras comunidades, grupos familiares, individuos, etc., para ello, se citarán estadísticas relacionadas con el rubro, proyección del plan socialista del cacao, líneas estratégicas de organización del poder popular para el año 2010-2013, entre otros aspectos no menos importantes.

En atención a lo antes expuesto, se plantean las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los aspectos generales que caracterizan a la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A?

¿Cuáles son las áreas relacionadas con la RSE cubiertas por la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A?

¿Cómo podría estructurarse un programa de RSE para la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A?

1.2.- Objetivos de la Investigación:

1.2.1.- Objetivo General:

- Diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial, efectivo y eficiente en el año 2011, para la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A., ubicada en Carúpano, Municipio Bermúdez, Estado Sucre, a fin de mejorar los aportes a las comunidades de su entorno.

1.2.2.- Objetivos Específicos:

- Describir los aspectos generales de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Evaluar las áreas relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, cubiertas por la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A. en cuanto a: Valores y principios éticos, Condiciones de ambiente trabajo y empleo, Apoyo a la comunidad, Protección del medio ambiente y Mercado responsable.

- Proponer un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A.

1.3.- Justificación y Alcance de la Investigación:

Este trabajo de investigación tiene como propósito diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial, efectivo y eficiente, dirigido a la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A. establecida en la Calle Independencia, Edificio Funda Bermúdez, piso 3, oficina N° 5, Carúpano, Estado Sucre, en donde se indagó todo lo referente a la compra de cacao, hacia qué lugares está dirigida su compra y mejoramiento del producto, cuáles son las áreas de compromiso y sus generalidades, siendo las mismas, referidas por algunos autores, como Méndez, Ch. (2003) y Gómez H. (2004), los cuales, nos permitirán desarrollar los fundamentos de la investigación, con una concepción integral del tema tratado.

En cuanto a la metodología empleada en la investigación, ésta fortalecerá el tema de estudio generando estrategias que a través de un cuestionario que se aplicará se obtendrá información necesaria para dicho estudio. Además, servirá de base para motivar trabajos posteriores orientados al desarrollo de aportes que fortalezcan el contexto grupal, sirviendo de apoyo y consulta a futuros investigadores. En lo práctico, el trabajo a desarrollar constituye un aporte a las empresas para mejorar el ramo procesador de cacao, al considerar la responsabilidad social empresarial (RSE), es decir, al compromiso continuo de actuar éticamente y contribuir al crecimiento económico, al mismo tiempo, mejorar la calidad de la fuerza laboral, tanto de sus familias, como de la comunidad y de la sociedad en general.

La presente investigación representa una contribución a la orientación y una

guía para quienes abordan trabajos relacionados con la variable, responsabilidad social empresarial (RSE) y su implicación en la consolidación y funcionamiento de la empresa cacaotera existente en el Municipio Bermúdez, adscrita al Ministerio del Poder Popular para la Agricultura y Tierras.

1.4.- Marco Metodológico:

Según, Arias (2006, p.110), **“la metodología es el cómo se realizará el estudio para responder el problema planteado”**.

A su vez, Balestrini (2001, p.25) dice que:

"El marco metodológico, está referido al momento que alude al conjunto de procedimientos lógicos, tecno-operacionales implícitos en todo proceso de investigación, con el objeto de ponerlos de manifiesto, sistematizarlos; a propósito de permitir descubrir y analizar los supuestos del estudio y reconstruir los datos"

Con base en lo anterior, se puede decir que el marco metodológico es aquel en donde el conjunto de datos requeridos, como los procedimientos y herramientas, van a permitir dar respuesta a los objetivos planteados y llevar la investigación a feliz término. Por lo tanto, este capítulo está conformado por el tipo de investigación, nivel de investigación, técnicas y recolección de datos, población y muestra, fuentes de la información e instrumentos y estrategias para la recolección, técnicas de análisis e interpretación de los resultados.

1.4.1.- Tipos de Investigación:

El tipo o diseño de investigación consiste en la metodología que se va a

utilizar para dar respuesta al problema de investigación. Los tipos de investigación, según Arias (2006, p.22) son:

- La **investigación de campo**: se encuentra caracterizada por obtener los datos de primera mano, es decir, la recolección se hace de forma empírica sin que exista la posibilidad de controlar alguna variable.
- La **investigación experimental**: es un proceso que consiste en someter a un objeto ó grupo de individuos a determinadas condiciones o estímulos (variable independiente) para observar los efectos que se producen (variable dependiente).

Por lo tanto, la presente investigación tiene un diseño de campo ya que la información recolectada se basa en el uso de el lugar objeto de estudio, así como también se recurrió a libros, revistas, tesis e informaciones en línea (Internet).

1.4.2.- Nivel de la Investigación:

De acuerdo con Arias (2006, p.23), “**el nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno un objeto de estudio**”. Así mismo, indica que existen tres niveles investigativos: exploratorio, descriptivo y explicativo.

- La **investigación exploratoria**: es aquella que se efectúa sobre un tema u objeto desconocido o poco estudiado; por lo que, sus resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto, es decir, un nivel superficial de conocimiento (Arias, 2006, p.23).

- La **investigación descriptiva**: consiste en la caracterización de un hecho o fenómeno para establecer su estructura o comportamiento. Este tipo de investigación mide de forma independiente las variables, y aún cuando no se hayan formulado hipótesis, éstas aparecen en los objetivos planteados Arias (Ob. Cit. p.24).
- La **investigación explicativa**: esta investigación se centra en buscar el por qué de los hechos, mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. Arias (Ob. Cit. p.26).

Con base en lo anterior, se indica que esta investigación es de tipo descriptiva-analítica, por cuanto, se detallaron y analizaron los aspectos más relevantes sobre el tema objeto de estudio, para identificar factores (responsabilidad, influencias, relación, entre otros), que inciden de manera directa o indirecta en los productores y comercializadores de la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A.

1.4.3.- Técnicas de Recolección de Datos:

Las técnicas de recolección de información comprenden procedimientos y actividades que le permiten al investigador obtener la información necesaria para dar respuesta a su pregunta de investigación. Como técnica del presente estudio se seleccionó un cuestionario, considerado por Hurtado J. (2000, p. 434) “es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información”.

Así mismo, Méndez (2001, p. 93) afirma que el cuestionario “es un instrumento mediante el cual se recolectan los datos utilizando formularios de

preguntas a poblaciones muy homogéneas, con niveles semejantes y problemáticas semejantes”.

Esto permitirá al investigador analizar a la responsabilidad social empresarial (RSE) de la oficina cacaotera del estado Sucre ubicada específicamente en el edificio Funda Bermúdez, Piso 3, Oficina No. 5, de la ciudad de Carúpano. Se elaboró un cuestionario con veintiuna (21) preguntas cerradas, con respuestas alternativas de selección única y múltiple, según sea el caso, correspondientes al análisis de los resultados.

1.4.4.- Población y Muestra:

La población la define Hurtado, J (2000, p. 152) como “el conjunto de elementos, seres o eventos, concordantes entre si cuando a una serie de características, de las cuales se puede tener alguna información”.

Mientras que para Pérez (1997, p. 66), “muestrear es tomar una porción o parte de la población como representación de esa población. Desde un punto de vista sistemático se dice que una muestra es aquella en la cual cada posible combinación de N elementos de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionada”.

Esta información está enmarcada en un grupo de personas conformado por los empleados de la oficina cacaotera Oderí S. A. sucursal Carúpano. Esta oficina cuenta con 3 empleados, T.S.U. Miguel Ugas, T.S.U. Alexandra Alcázar y T.S.U. Zurayma Díaz, quienes cumplen con las obligaciones y responsabilidades de: Coordinador de Proyectos de compra de cacao, Asistente de Compra y Coordinadora de Promoción Social, respectivamente.

1.4.5.- Fuente de la Información:

Arias (2006) señala, que las fuentes de información las constituyen todos los elementos capaces de suministrar información para ser utilizada en una investigación, y las clasifica, en información primaria e información secundaria.

- Las **fuentes de información primarias** son aquellas que contienen información nueva u original y cuya disposición no sigue, habitualmente, ningún esquema predeterminado. Se accede a ellas directamente o por la fuentes de información secundarias.
- Las **fuentes de información secundarias** son aquellas que contienen material ya conocido y siguen un formato predeterminado. Se obtienen a través de documentos impresos como libros, revistas, tesis, entre otros.
- Mientras que las **fuentes de información terciarias** se encuentran conformadas por repertorios de información primaria y secundaria, y cuyo ejemplo más evidente son las bibliografías de bibliografías, o información sobre obras consultadas o de referencia.

Ahora bien, por ser esta una investigación de tipo campo y documental, durante el desarrollo de la misma se hizo uso de las fuentes secundarias y terciarias para la recolección de la información relacionada con el problema objeto de estudio.

1.4.6.- Técnicas de Análisis e Interpretación de los Resultados:

Para un mejor análisis e interpretación de los resultados, se utilizaron una serie de técnicas (cantidades, promedios, porcentajes), que permitieron abarcar la investigación de forma clara y precisa, respecto al conjunto de datos posibles. Los resultados que se obtuvieron durante la investigación de este trabajo se presentan a través de cuadros y gráficas.

CAPITULO II

GENERALIDADES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

Dentro de este capítulo se desarrollan una serie de proposiciones teóricas que sirven de fundamento y permiten explicar el problema en estudio, situándolo en un área específica del conocimiento. Por lo que el marco teórico está relacionado con los antecedentes de la investigación, bases teóricas, definición de términos. Al respecto, Méndez (2001) señala que: **“Es la descripción de los elementos teóricos planteados por uno o por diferentes autores y que permiten al investigador fundamentar su proceso de conocimiento.”**

Así mismo, Hernández, Fernández y Baptista, señalan que el marco teórico cumple las siguientes funciones:

- Ayuda a prevenir errores que se hayan cometido en otros estudios.
- Orienta sobre cómo habrá de realizarse el estudio.
- Amplía el horizonte del estudio y guía al investigador para que se centre en su problema, evitando desviaciones del planteamiento original.
- Conduce al establecimiento de hipótesis o afirmaciones que más tarde habrán de someterse a prueba en la realidad.

- Inspira nuevas líneas o áreas de investigación.
- Provee de un marco de referencia para interpretar los resultados del estudio.

2.1.- Antecedentes de la Investigación:

A partir de los años 70, varios investigadores han estudiado la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial, dada la vinculación de la empresa con la sociedad, no sólo en aspectos económicos, sino también, en lo social, cultural y ambiental.

En este sentido, Ojeda (2008) en su investigación titulada "La Responsabilidad Social Empresarial de las Empresas Torrefactoras del Municipio Pampán, Estado Trujillo, se planteó como objetivo general, analizar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de dichas empresas, para lo cual utilizó una metodología de tipo descriptiva y un diseño de campo, no experimental, en donde su población estuvo conformada por seis (6) Torrefactoras de este municipio trujillano.

La investigación concluyó en que existen valores y principios, como áreas de compromiso asumidas en cuanto a la RSE, en la cual, los principios básicos sirven como referencia para la toma de decisión organizacional, habiendo una inclinación a la toma de decisiones fundamentadas en los consumidores y en aspectos relacionados con los productos que comercializan.

Así mismo, se visualiza un compromiso de Responsabilidad Social Empresarial, basado en la protección del medio ambiente que lo rodea y la acción

social de estas empresas Torrefactoras dirigida a la comunidad, a través de productos y servicios mediante la donación de productos nuevos, señalando que los aportes de la RSE significan una experiencia bien importante, lo cual les permite obtener beneficios, cualitativos y cuantitativos.

Por otra parte, Rodríguez y Estaba (2008), también realizaron una investigación teniendo como principal objetivo, diseñar estrategias de responsabilidad social en la empresa "**Molinos de Sucre CA**" (**MOSUCA**), para enfrentar la contaminación ambiental en la comunidad Recta de Güiría, Municipio Bermúdez, Estado Sucre, enmarcada metodológicamente en una investigación de campo y documental, con un nivel de investigación descriptivo y utilizando como herramienta para la recolección de datos la observación directa y las encuestas.

Esta investigación concluyó en que la empresa **MOSUCA** no cumple con las políticas de responsabilidad social y tampoco, con las normativas legales de preservación y conservación del medio ambiente, debido a que la quema del pescado contamina el ambiente en este populoso sector. De allí que para enfrentar este mal, la empresa debe elaborar estrategias contrarrestar la contaminación existente y programas sociales para beneficiar a los vecinos, por tal motivo, se le diseñaron a la empresa tres planes estratégicos: uno ambiental, otro social corporativo y un plan social con la colaboración de instituciones gubernamentales, de tal manera que la empresa y los vecinos tomen conciencia de la importancia de mantener y preservar el medio ambiente.

En este mismo orden de ideas, Salazar y Salazar (2010), realizaron un trabajo con el propósito de analizar los programas e iniciativas de responsabilidad social empresarial aplicadas por el banco universal **Banesco**, Agencia Carúpano, Municipio Bermúdez, Estado Sucre con relación a sus empleados, utilizando para ello, una metodología basada en un diseño de campo y documental con un nivel descriptivo y

aplicando un cuestionario a una población de 210 empleados.

Este trabajo llegó a la conclusión, de que la mayoría de los trabajadores tienen conocimiento del tema de responsabilidad social empresarial, encontrándose a gusto con los programas y beneficios otorgados por la institución, por lo cual, se recomendó continuar apoyando los programas e iniciativas de responsabilidad social empresarial de esta organización, por cuanto posee un alto grado de aceptación por parte de los empleados.

2.2.- Bases Teóricas:

A continuación, se presenta la literatura que sirve de aporte teórico para el desarrollo de la investigación, en la misma, se desarrollaron las definiciones, teorías y enfoques relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial y el desarrollo sostenible, todo enmarcado de acuerdo con las dimensiones que conforman los objetivos a desarrollar en la investigación.

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

Al respecto, Robbins y Coulter (2005, p. 103), señalan a la responsabilidad social como “el deber de una empresa, aparte de los requisitos legales y económicos,

de perseguir metas de largo plazo para bien de la sociedad”.

Por lo tanto, las gestiones de impacto socio ambientales deben ser parte de la responsabilidad social de las empresas, las cuales, denominadas “*ciudadanías corporativas*” deben asumir roles más participativos, en pro de mantener la democracia y el logro de la economía sustentable para los países. Por otra parte, es importante saber que varios empresarios y estudiosos con fines estratégicos, encuentran que lo social paga, aportando valor a la sociedad, a la vez que fortalece el negocio.

La RSE se inició en Estados Unidos hace unas cinco décadas, cuando la sociedad norteamericana comenzó a cuestionar a algunas empresas que se alejaban de la ética. En ese sentido, la Fundación Rockefeller fue un importante ejemplo para los empresarios en cuanto al compromiso social empresarial.

Así mismo, según Méndez (2003), la RSE implica: **"Un juego de intereses, el cual puede beneficiar a un grupo más que a otro: trabajadores versus comunidad, o accionistas versus trabajadores, lo ideal sería mantener el equilibrio"**. Sin embargo, es más el compromiso en relación a la responsabilidad social empresarial, que se le exigirá a una empresa transnacional exitosa en sus diferentes aspectos, que a una pequeña empresa que se puede comprometer con sus productos y sus empleados.

2.2.1.- Teoría de la Responsabilidad Social Empresarial:

Las empresas, como personas jurídicas tienen una serie de derechos que van acompañados de responsabilidades. Los gerentes enfrentan decisiones que tienen una dimensión de responsabilidad social empresarial: relaciones con los empleados, filantropía, fijación de precios, conservación de los recursos, calidad y seguridad de

los productos y, hacer negocios en países que infligen los derechos humanos son algunas de las más obvias.

Durante la última década, el número de empleados que han reconocido los beneficios empresariales asociados a las políticas y prácticas de RSE ha ido creciendo. Las empresas también se han visto incentivadas a adoptar o a ampliar sus estrategias de RSE, como consecuencia de las presiones procedentes de consumidores, proveedores, empleados, comunidades, inversores y otras partes interesadas.

El resultado de estos hechos, ha sido un espectacular incremento de la RSE en los últimos años, que involucra a empresas y sectores de todos los tamaños en el desarrollo de estrategias innovadoras.

Las empresas tienen también responsabilidades legales, como el pago de multas cuando no cumplen con lo que está regulado, actuando en este caso por redacción. Hay regulaciones que obligan a las empresas a adoptar determinados comportamientos, pues, si no las cumplen incurren en irresponsabilidad y pueden ser permanentemente castigadas. Algunos ejemplos de estas regulaciones son las normativas sobre ruidos, contaminación, seguridad e higiene, tipo de interés, salario mínimo interprofesional, etc.

La responsabilidad social empresarial es una visión sobre la empresa, que concibe el respeto a los valores éticos, a las personas, a las comunidades y al medio ambiente, como una estrategia integral que incrementa el valor añadido, y por lo tanto, mejora la situación competitiva de la empresa. La RSE se refiere más bien a un conjunto comprensivo de políticas, prácticas y programas que se incorporan a todas las operaciones y procesos de la toma de decisiones empresariales.

2.2.2.- Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial:

La responsabilidad social es importante en una empresa o institución, porque, no se considera como un gasto, sino como una inversión, ya que disminuye los costos por paralización de operaciones o seguridad. Al reducir la posibilidad de conflictos con la población, mejora la productividad. Al contar con trabajadores motivados o con mejores condiciones de salud, contribuye a incrementar su fidelidad con la empresa.

Porque, al considerar sus necesidades, mejora el ambiente interno y la seguridad de los trabajadores, así como también, mejora el ambiente externo al identificar y mitigar los impactos que sus actividades pueden generar en el entorno, además de brindar una imagen de responsabilidad de la empresa.

La Responsabilidad Social de las Empresas ha existido siempre, de una forma u otra, con mayor o menor grado de implicación por parte de las empresas, evolucionando desde un concepto elemental como lo es la filantropía hasta los conceptos integrales manejados hoy día por las grandes empresas que abarcan un gran conjunto de actividades como parte de su estrategia de negocios.

Hoy en día, el papel del sector empresarial es fundamental para el crecimiento económico del país y para la creación del bienestar de la sociedad. La responsabilidad social empresarial es, en gran medida, un elemento tan importante, para el desarrollo sostenible de las empresas como entes sociales y, como tal, mantener un comportamiento empresarial responsable con sus trabajadores, la sociedad y el medio ambiente. Es inevitable para ser competitivo en los mercados del siglo XXI, donde las expectativas, que todas las partes involucradas tienen de las empresas, son cada vez más exigentes.

En efecto, ser socialmente responsable, implica gastos elevados para las empresas, gastos que éstas a menudo recuperan, aumentando el precio de los bienes y servicios que producen, o esperando que la sociedad se los retribuyan, adquiriendo los mismos en gran escala.

Igualmente, es importante señalar que el concepto de responsabilidad social empresarial se asocia a un movimiento en proceso, como un medio de transformación social, esto es, que las empresas hagan lo que pueden hacer y no, lo que deben hacer, con base a oportunidades.

La responsabilidad social empresarial es una nueva estrategia que implica el compromiso de las empresas, a través de la aplicación sistemática de los recursos, para respetar y promover los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del ambiente. Este compromiso se traduce en acciones concretas que buscan el beneficio de todos los actores involucrados en las actividades de la empresa (accionistas, trabajadores, productores, distribuidores y la comunidad en su conjunto), alcanzando un mejor desempeño y logrando su sostenibilidad y la de su entorno.

2.2.3.- Características de la Responsabilidad Social Empresarial:

Dentro de las características de la RSE, encontradas en la página de la red, <http://rseonline.com.ar/2010/07/6-caracteristicas-de-la-rse-en-america-latina/>, podemos destacar los siguientes aspectos:

1. **Absorción de los problemas sociales:** educación, comunidad y medio ambiente, son las áreas que trabajan más los ejecutivos desde las empresas.
2. **Trabajo articulado con organizaciones de la sociedad civil (OSC):**

en muchos casos se constituyen alianzas estratégicas que contribuyen a un mejor desarrollo e impacto de los programas impulsados por las compañías. Estas alianzas también se encuentran muy articuladas para potenciar el trabajo de voluntariado, un ítem cada vez más solicitado por los propios empleados y con el que la empresa se beneficia por la motivación.

3. **RSE interna en estado embrionario:** la RSE inicio sus pasos de la mano del modelo filantrópico anglosajón, mayoritariamente. Eso provoco una “explosión” de acciones de las empresas hacia la comunidad, centrando todo su accionar socialmente responsable en el plano externo. En los últimos dos años se comenzó a revalorizar y reenfocar la importancia del ámbito interno, y la RSE comenzó a llegar hacia los colaboradores a través de distintos programas y acciones concretas.
4. **Sostenibilidad aún no es estratégica:** pensar en la sostenibilidad de la sociedad, es pensar en la sostenibilidad del negocio en sí. Por ello también, van ganando fuerzas los programas de negocios inclusivos.
5. **Capacidad para innovar:** en América Latina la innovación fluye. Sabemos resolver los problemas con rapidez y re-adaptarnos al cambio en tiempos de crisis y, en la gestión de la RSE también hay lugar para esto, sólo hace falta desarrollarlo más. Es por eso, que muchas acciones de responsabilidad social en empresas latinoamericanas pueden ejecutarse prácticamente a cero costos.

2.2.4.- Enfoques de la Responsabilidad Social:

Considerando los postulados teóricos de los enfoques de la responsabilidad

social, encontramos que:

◆ **En lo social y lo cultural:**

- La falta de ética y moral, es sin lugar a duda, el principal elemento del problema, la búsqueda de las utilidades y el afán de generar resultados a toda costa sin medir consecuencias, no permite que la empresa (los empresarios y directivos), presten la atención que merece el tema de la responsabilidad social.
- La inmoralidad ciudadana, la falta de civismo, el bajo escrúpulo de las personas, la falta de lealtad, la marrullería, la trampa, la poca seriedad, el bajo sentido de pertenencia, la mediocridad misma, las inadecuadas relaciones humanas, son aspectos que afectan el desarrollo empresarial y por ende su eficiencia.

◆ **En lo Laboral:**

- Muchas veces las condiciones laborales se desarrollan en estados altos de tensión, lo que genera estrés y hasta estados depresivos, afectando el bienestar y la salud de la persona creando un escenario destructivo. También es corriente ver en algunas empresas abuso de autoridad, humillación respaldada por el poder, afectando la autoestima, generando resentimientos y

dolor.

- Es necesario que el líder, gerente o dueño de la empresa, institución u organización, esté al tanto de cada uno de los trabajadores, no sólo del rendimiento en su labor, sino además de sus necesidades o satisfacciones que logren el avance de la productividad, porque es de eso precisamente que se alcanza lo que se quiere, recordemos que el trabajador es el pilar fundamental para la organización.
- La Responsabilidad Social es un tema que interesa a todos, visto desde cualquier posición, ya que, denota una importancia preponderante para la vida de todos los que hacemos parte y damos sentido a la sociedad.

2.2.5.- Beneficios y Ventajas de la Responsabilidad Social:

La responsabilidad social no es una actitud filantrópica que arroja beneficios sólo hacia el medio ambiente, los recursos naturales, sociales y humanos, también, representa para la empresa, una inversión que repercute en beneficios financieros. Según González (2005), está demostrado que las inversiones en asuntos de responsabilidad social, en algunos casos a corto plazo y, en otros, a mediano plazo, recupera la inversión, pero, a largo plazo, no solamente será recuperada, sino, que a su vez, la empresa genera condiciones favorables, para minimizar los impactos negativos que le producen pérdidas.

Actuar con responsabilidad social, produce beneficios que se reflejan de forma casi inmediata, favoreciendo la productividad y la eficiencia. Las empresas comprometidas con la responsabilidad social experimentan importantes beneficios, tanto cuantitativos como cualitativos. Según Vaquero (2000), estos beneficios se pueden dividir en beneficios externos e internos, siendo los principales beneficios externos para la empresa los siguientes:

- a. **Mejora la marca e imagen:** La participación social de una empresa crea una imagen y éstas, están preocupadas para que esta imagen sea una imagen positiva. Frecuentemente, los consumidores se sienten más inclinados a adquirir bienes y servicios de empresas que tienen una buena reputación en las áreas relacionadas con la responsabilidad social. Una empresa socialmente responsable puede beneficiarse de su reputación empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capitales.
- b. **Fortalecimiento e incremento en las ventas:** Cuando los clientes conocen las prácticas socialmente responsables de la empresa, donde respeten los derechos de los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente, manifiestan su preferencia como consumidores.
- c. **Desarrollo Sustentable:** La responsabilidad social surge como un reflejo de cambio de paradigma que ha supuesto la aceptación universal del principio de desarrollo sostenible. Fruto de la necesidad de relanzar la relación "*naturaleza – sociedad*", surgió el concepto de desarrollo sostenible, cuya formulación más aceptada es la de la Organización de las Naciones Unidas (O.N.U.), al señalar que: **“La satisfacción de las necesidades de la presente generación, no debe**

menoscabar el derecho de las futuras generaciones a satisfacer sus propias necesidades”.

Se ha enfatizado así, una concepción del desarrollo sostenible como el espacio de encuentro de tres vectores dinámicos: económico, ambiental y social, que lejos de entrar en contradicción unos con otros, deben apoyarse y reforzarse mutuamente. La racionalidad de este enfoque, no es otra cosa que la consideración de que la apuesta coherente que han realizado algunas empresas por la responsabilidad social, basada en sólidos códigos de conducta, es positiva para la viabilidad de la empresa a largo plazo.

- d. **Legitimidad social:** Toda organización si quiere ser legítima, no puede ni debe ignorar, que en la sociedad en la que actúa se ha alcanzado u grado determinado de conciencia moral, que se refiere a los derechos que es preciso respetar.

Mientras que entre los beneficios internos destacan:

- a. **Mejora de la gestión de los recursos humanos:** Las iniciativas empresariales que contribuyen con los trabajadores estimulan la productividad, por cuanto, los programas de ayuda e incentivo a los trabajadores disminuyen los casos de estrés y depresión, además, incrementan la lealtad, la motivación y el compromiso por parte del personal.
- b. **Reducción de los costos operativos:** Diversas iniciativas logran reducir los costos, significativamente, reduciendo gastos e

improductividad.

- c. **Facilidad para obtener capital:** Actualmente, las empresas socialmente responsables están siendo evaluadas por los inversionistas, para ser beneficiarias de programas de financiamiento y receptores de nuevas inversiones.

- d. **Mejora la gestión financiera:** Al lograr la reducción de los costos operativos, el incremento en las ventas y el incremento de la productividad de los trabajadores, se traduce en aumento de la rentabilidad y mejora en la gestión de tesorería.

En pocas palabras, la responsabilidad social produce reducción de costos operativos, mejora la imagen de la marca en el mercado y logra mayor identidad y sentido de pertenencia de sus colaboradores, lo que se convierte en el mejor negocio, no con una visión cortoplacista, sino también a futuro. En este sentido, Gis Mera y Vaquero (2000), concluyen en que las empresas son éticas, porque, es rentable ser ético.

2.2.6.- Alcance de la Responsabilidad Social:

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

posición, puede ser mañana el motivo de su fracaso.

La Responsabilidad Social Empresarial de la empresa, abarca aspectos internos y externos, los cuales, han sido objeto de Tratados, por expertos en el tema. Los primeros aspectos, los internos, orientados a los colaboradores o al equipo de trabajo, sus asociados y accionistas. Los segundos, es decir, los externos, orientados a los clientes, proveedores, familias de los trabajadores, la comunidad y el entorno social, entre estos, el medio ambiente.

Para Schaeffler (2004:49), la productividad se entiende como: “La capacidad de producir y vender más a menor costo y con una excelente calidad”, lo cual, permite al producto mantenerse y crecer en los mercados a los que pertenece, ya sea nacional o extranjero, haciéndose así mucho más competitivo.

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

2.2.7. Principios Éticos Ligados a la Responsabilidad Social Empresarial

De acuerdo con Gómez (2004), la Responsabilidad Social Empresarial está ligada a los siguientes principios:

- **Responsabilidad:** no todas las personas son responsables de los aspectos del bienestar humano, ya que las responsabilidades van ligadas a la capacidad, compromiso, circunstancias y roles específicos que se deben descubrir y poner al servicio de la sociedad, ésta da una

responsabilidad prioritaria en nuestras vidas.

- **Justicia:** tener cierto cuidado no es destruir la identidad de los demás. Aunque, no sea posible medir el alcance de los actos, de ninguna manera, se debe elegir, conscientemente, hacer el mal, hay que diferenciar entre elegir y hacer el mal.
- **Solidaridad:** se tiene la obligación moral de promover el bienestar de todos los seres humanos y, no sólo del nuestro. Hay que dejar ese egocentrismo que impulsa a sobresalir sin importar el prójimo.
- **Cooperación:** combina las habilidades que debe aportar la ética para el logro de los objetivos de la organización, en conjunto y en unión, todos trabajando y cooperando para el alcance de los mismos.
- **Retribución:** se asumen las conductas para evitar el castigo o promover la retribución. Por esta razón, el eje de las decisiones no se encuentra en la consciencia del sujeto, sino en la norma o el poder externo que sentencia o califica el valor de las acciones.
- **Aceptación:** es un principio que se debe cultivar en el diario vivir ya que todas las acciones no son aceptadas y, probablemente, éstas provocarán efectos colaterales perjudiciales.
- **Equidad:** la única diferencia entre un ser animal y un humano es la inteligencia, por ello, se debe forzar a actuar inteligentemente y consecuentemente.

- **Eficiencia:** hay que esforzarse por usar las herramientas correctas en cuanto a la conducta humana.

2.2.8.- Áreas de Compromisos de la Responsabilidad Social Empresarial:

Según Wedes (2004), para conocer el grave compromiso de la Responsabilidad Social Empresarial, se pueden evaluar los avances en el tema de la responsabilidad Social en las siguientes cinco (5) áreas:

1. **Valores y principios éticos:** Se refiere a cómo la empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales, éstos se conocen como **“enfoques de los negocios basados en los valores”**, y se reflejan, en general, en la Misión y Visión de la empresa, así como, en su Código de Ética y de Conducta.
2. **Condiciones de ambiente, trabajo y empleo:** Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como: compensaciones y beneficios, capacitación, el ambiente donde trabaja, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud y seguridad laboral.
3. **Apoyo a la comunidad:** Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones,

ya sea en dinero, tiempo, producto, servicio, conocimientos u otros recursos que estén dirigidos hacia las comunidades en las cuales operen, incluso, el espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.

4. **Protección del medio ambiente:** Es el compromiso de la organización empresarial para proteger el medio ambiente y el desarrollo sustentable. Abarca temas, tales como: la optimización de los recursos naturales, su preocupación por los manejos de residuos, la capacitación y concientización de su personal, lo cual, implica una inclinación permanente y consciente del empresario para evaluar el impacto medioambiental que tiene sus acciones.

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

2.2.9.- Programas:

2.2.9.1.- Definición de Programa:

Según Koontz (1997, p.127), “Los programas son un conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos necesarios para llevar a cabo un determinado curso de acción”

2.2.9.2 Tipos de Programas:

- ◆ **Programa cultural y educativo:** es aquel dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como, los principios de participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado, a los fines de hacer posible, entre otros aspectos:
 - Su incorporación y participación en el desarrollo económico, social, político y cultural de la nación.
 - La promoción, defensa y desarrollo progresivo de los derechos humanos, garantías y deberes, la salud pública, la ética, la paz y la tolerancia.
 - La preservación, conservación, defensa, mejoramiento y mantenimiento del ambiente, para promover el desarrollo sustentable del hábitat, en su propio beneficio y el de las generaciones presentes y futuras.
 - El desarrollo de las ciencias, las artes, los oficios, las profesiones, las tecnologías y demás manifestaciones del conocimiento humano, en cooperación del sistema educativo.
 - El fortalecimiento de la identidad, soberanía y seguridad de la nación.

- La educación crítica para recibir, buscar, utilizar y seleccionar, apropiadamente, la información adecuada para el desarrollo humano, emitida por los servicios de radio y televisión.

- ◆ **Programa informativo:** Cuando se difunde información sobre personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales, de manera imparcial, veraz y oportuna.

- ◆ **Programa de opinión:** dirigido a dar a conocer pensamientos, ideas, opiniones, criterios o juicios de valor sobre personas, instituciones públicas o privadas, temas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales.

- ◆ **Programa recreativo o deportivo:** dirigido a la recreación, entretenimiento y el esparcimiento de los usuarios y usuarias, y que no clasifique como programa de tipo cultural y educativo, informativo o de opinión.

- ◆ **Programa mixto:** el que combine cualquiera de los tipos de programas anteriores enumerados.

- ◆ **Programa de higiene y seguridad industrial:** éste se establece con el fin de dar a conocer al trabajador los riesgos y condiciones seguras de trabajo, las cuales, ayudan a minimizar los accidentes laborales.

2.2.9.3. Importancia de la aplicación de los programas de Responsabilidad Social Empresarial:

La aplicación de la RSE mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa las ventas, la productividad y la calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el ascenso a capitales de las empresas. Son de gran importancia, no solamente, para las organizaciones como tal, sino también, para las personas que trabajan en ella, el compromiso hacia los clientes, la sociedad, las comunidades, entre otros.

Reflejando así, una serie de iniciativas que influyen en las organizaciones, tanto interna como externamente y, que repercuten en el mundo empresarial.

Entre algunos de los programas que llevan a cabo varias empresas en Venezuela, tenemos como ejemplo: la Electricidad del Caroní (Edelca), la cual, desarrolla distintos programas de responsabilidad social empresarial, tales como: programas de gestión ambiental, programa de control de incendios de vegetación en la cuenca alta del Río Caroní, con un personal altamente calificado en actividades de detección, combate y extinción de incendios forestales; el Banco Mercantil, con el programa *“ponle cariño a tu colegio”* como apoyo a la educación básica; el Banco Provincial, con el programa de formación de microempresarios, así como, programas de patrocinio y donaciones.

2.2.9.4.- Esquema metodológico para la realización de un programa de Responsabilidad Social Empresarial:

No existe un decálogo o manual de instrucciones que se utilice de manera generalizada para emprender un programa de Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo, Méndez en su libro *“Responsabilidad Social Empresarios y Empresas en*

Venezuela Durante el Siglo XX", sugiere un esquema que se considera una aproximación metodológica y lo describe de la siguiente manera:

- **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.

- **Vinculación de Negocio:**

- ✓ Revisar interés por vincularse a la actividad productiva: a los productos y servicios que genera o contenidos de su actividad productiva.
- ✓ Revisar interés por vincularse a grupos específicos: a clientes potenciales, a afectados por la operación productiva o a grupos que generan 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.

- **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.

- **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 esa forma por la población, por las consecuencias que generan o por el volumen de la población afectada.
- ✓ Clasificar área temática: educación, salud, cultura, historia, ambiente, protección social, economía local, ciencia, ciudadanía, derechos humanos, agricultura y desarrollo local.
- ✓ Identificar el área temática con una política vigente del país, con una convención internacional o con la constitución vigente.

- **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.

- **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.

- **Intensidad:**

- ✓ Precisar I grado de continuidad y frecuencia: puntual, permanente o institucional.

- ✓ Precisar tiempo de logro para obtener resultados.

- **Significación:**
 - ✓ Identificar el logro esperado: contribución técnica o financiera, mantenimiento de acciones, aumento de cobertura, mejora de calidad, producción de conocimiento o innovación programática o institucional.

- **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.

- **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.

- **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.

- **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.

- **Comunicación:**

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

2.3.- Desarrollo Sostenible:

En líneas generales, la responsabilidad social surge como la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible o sustentable que proteja el medio ambiente y a las comunidades, sin descuidar los temas económicos. Una preocupación constante por el desarrollo sostenible, ha venido incrementado el interés de los empresarios hacia esa área, por lo tanto, el sector financiero ha ido recurriendo a prácticas de gestión social, ambiental y económica en los últimos años.

Todo ello, debido a que las organizaciones buscan centrarse en un comportamiento socialmente responsable, como argumento para su estrategia empresarial, basándose en que hoy se concede gran importancia a la responsabilidad social empresarial, como aspecto clave, para lograr un desarrollo económico armonioso y sostenible.

El concepto de desarrollo sostenible, según señala Herrero (2009), tiene su origen a principios de la década de los años setenta cuando el Club Roma emitió un informe sobre los "*Límites del Crecimiento*", y cuando tuvo lugar la cumbre de Estocolmo en 1992 sobre "*El hombre y las biosfera*" en la que surge por primera vez la alarma internacional sobre la crisis ecológica y se emitió el modelo del eco desarrollo, para evitar los daños ambientales y sociales provocados por un modelo de desarrollo despilfarrador.

Pero, hubo que esperar hasta 1979, para que la Organización de las Naciones Unidas (ONU) utilizase por primera vez el concepto de "*desarrollo sostenible*", y lo hizo desde la perspectiva de que el desarrollo podría ser un proceso integral que incluyera las dimensiones culturales, éticas, políticas, sociales y ambientales, y no solamente las económicas.

Así mismo, durante la década de los años ochenta, se produjo una paulatina conformación de la noción del desarrollo sostenible que se derivaba de la toma de conciencia de los límites ecológicos del crecimiento y, de la constatación de que el incremento económico no implicaba, intrínsecamente, el mejoramiento o incremento de los bienes sociales.

2.3.1.- Objetivo del Desarrollo Sostenible:

Según datos recopilados de la página de la red, http://es.wikipedia.org/wiki/Desarrollo_sostenible, el objetivo del desarrollo sostenible es definir proyectos viables y reconciliar los aspectos económico, social, y ambiental de las actividades humanas; "tres pilares" que deben tenerse en cuenta por parte de las comunidades, tanto empresas como personas:

- **Económico:** funcionamiento financiero "clásico", pero también capacidad para contribuir al desarrollo económico en el ámbito de creación de empresas de todos los niveles.
- **Social:** consecuencias sociales de la actividad de la empresa en todos los niveles: los trabajadores (condiciones de trabajo, nivel salarial, etc), los proveedores, los clientes, las comunidades locales y la sociedad en general, necesidades humanas básicas.
- **Ambiental:** compatibilidad entre la actividad social de la empresa y la preservación de la biodiversidad y de los ecosistemas. Incluye un análisis de los impactos del desarrollo social de las empresas y de sus productos en términos de flujos, consumo de recursos difícil o lentamente renovables, así como en términos de generación de

residuos y emisiones... Este último pilar es necesario para que los otros dos sean estables.

2.3.2. Características del Desarrollo Sostenible:

Según Herrero (2009, p. 24), las características que debe reunir un desarrollo para que lo podamos considerar sostenible, son:

- Busca la manera de que la actividad económica mantenga o mejore el sistema ambiental.
- Asegura que la actividad económica mejore la calidad de vida de todos, no sólo de unos pocos selectos.
- Usa los recursos eficientemente.
- Promueve el máximo de reciclaje y reutilización.
- Pone su confianza en el desarrollo e implantación de tecnologías limpias.
- Restaura los ecosistemas dañados.
- Promueve la autosuficiencia regional

2.3.3. Importancia del Desarrollo Sostenible:

El Término “*desarrollo sostenible*” ha tomado una gran relevancia en el lenguaje político, económico y social a nivel global.

En términos simples, el desarrollo sostenible se refiere a un tipo de desarrollo que utilice los recursos disponibles.

2.4. Aspectos Generales de la Empresa Cacao Oderí S.A.:

2.4.1. Reseña Histórica de la Empresa:

La empresa Bolivariana de Producción Socialista CACAO ODERÍ S.A., fue inaugurada en el mes de octubre del año 2006, en el marco de la Misión Vuelvan Caras y el lanzamiento de la Ruta del Chocolate, con la misión de implementar un modelo de gestión socialista, donde la participación y la solidaridad sean los valores principales.

Es por ello que, actualmente, cuenta con dos (2) Consejos de Trabajadores en donde se escuchan cada 21 días, las voces de nuestras maquinarias operativas y, el Consejo del Poder Popular “Guillermo Ribas”, instancia de participación directa de los productores, que cuenta con al menos 150 Consejos Comunales asociados, sólo en Barlovento, Estado Miranda.

Por otra parte, existen 3 unidades de producción primaria, ubicadas en las poblaciones de San Jorge y el Cachicamo, en el Estado Miranda y Buenos Aires, El Algarrobo, en el **Estado Sucre**, donde además, de garantizar la materia prima para la empresa, existe un espacio de trabajo compartido y ejercicio por la Propiedad Social.

Igualmente, a través del equipo de Promoción Social de la empresa Cacao Oderí S. A., se ha implementado el sistema de Abasto Comunal Planificado, que ha beneficiado a las poblaciones de El Limón y Guayana, en el Estado Miranda.

Además, de brindar apoyo a múltiples abastos a cielo abierto, con la finalidad de contribuir a garantizar la soberanía alimentaria.

Aunque la Empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S. A. se inició procesando cacao para obtener productos intermedios, como: manteca, licor o pasta y polvo de cacao, se ha extendido a través de la cadena agro productiva del rubro, en la búsqueda de una mejor distribución de beneficios para sus productores.

2.4.2. Ubicación:

La Planta Procesadora de Cacao, está ubicada en El Sitio de Oderí, entre las poblaciones de Juan Díaz y Mango de Ocoita, Parroquia Panaquire, Municipio Acevedo, Estado Miranda y fue creada con el apoyo del Gobierno Nacional, con el objeto de optimizar el proceso productivo del cacao en la región.

Esta planta procesadora es pieza fundamental de la Ruta del Chocolate y de la Misión Vuelvan Caras en el Estado Miranda, dado que brinda la posibilidad para que pequeños productores organizados puedan participar en el circuito completo de producción, logrando mejorar la rentabilidad del proceso productivo del cacao en la región.

En el Estado Sucre, existe una sucursal de la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao oderí, S.A, específicamente en la Ciudad de Carúpano, edificio funda Bermúdez, piso N°3, oficina N°5, la cual se encarga de la obtención de la materia prima para la procesadora en el Estado Miranda, mediante la integración de consejos comunales y pequeños productores.

2.4.3 Naturaleza

La empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao ODERÍ S.A. es una organización dedicada a producir derivados del cacao en granos, tales como: pasta o licor de cacao, manteca de cacao y cacao en polvo.

Por su naturaleza, está destinada a la transformación de materia prima (cacao) para la industria del chocolate, confitería y cosmetología, tanto nacional como internacional.

2.4.4. Misión:

Según Koontz y Weihrich (1998, p.127), la misión es “donde se identifica la función o tarea básica de una empresa o institución o de una parte de ésta”. En líneas generales, la "misión" de la organización es definir el propósito que persigue ésta, es decir, define qué es la empresa en el presente, a quién va dirigida, qué producto elabora, cómo lo hace y cuál es su responsabilidad social; por ello, es necesario que se formule y defina claramente y que todos los colaboradores en la organización la conozcan.

Al respecto, David (2003, p.10) señala que: “Las declaraciones de la misión son expresiones perdurables de los propósitos que distinguen a una empresa de otras similares. Una declaración de la misión identifica el alcance de las operaciones de una empresa en términos del producto y del mercado”.

La misión de la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao ODERÍ S.A., es fomentar, coordinar y desarrollar las actividades de producción, comercialización, industrialización de cacao, transferencia de tecnología, capacitación de mano de obra e importación de maquinarias y equipos, así como, cualquier otra actividad de lícito comercio, relacionada con la industria y producción del sector cacaotero, enmarcado dentro del concepto de adecuación del uso de los suelos, los planes integrales de desarrollo rural y agro productivo, asumiendo un criterio de desarrollo sustentable y respeto al medio ambiente.

2.4.5. Visión:

El autor Serna (1999, p. 21) señala que: "la visión es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que la empresa es y quiere ser en un futuro". Mientras que para Malavé (2001), la visión es: "determinar la dirección de la empresa; es decir, ¿cuál es el negocio y a dónde se quiere llegar?". En otras palabras, la visión se debe convertir en acciones y actividades de apoyo de manera controlada, con sencillez y facilidad de interpretación, ésta enlaza en las organizaciones el presente con el futuro y sirve de guía en la formulación de las estrategias, también, proporciona un propósito a la organización.

Por lo tanto, la visión debe estar reflejada, tanto en la misión, como en los objetivos y estrategias de la entidad, pues, ésta se hace tangible cuando se materializa en proyectos y metas específicas, cuyos resultados pueden ser medidos mediante un sistema de índices de gestión bien definidos. Por ello, la visión es un elemento fundamental a la hora de realizar la formulación estratégica, ya que ella, determina qué quiere la alta gerencia lograr con la empresa y a dónde se quiere llegar.

La visión de la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A., es la de Propiciar condiciones de desarrollo en la región de Barlovento, Estado Miranda, para elevar los niveles de calidad de vida de los productores agrícolas y bienestar de los ciudadanos. A partir del estímulo y desarrollo sustentable de la producción cacaotera, así como de la industrialización y estandarización del proceso para la transformación de la almendra de cacao, apartándole mayor valor agregado y ofreciéndole mayor robustez a los productores para competir y posicionarse en el mercado nacional e internacional.

2.4.6 Descripción de funciones:

- **Coordinador De Proyecto De Compra De Cacao:** T.S.U Miguel Ugas
 - Coordina todas las actividades referentes al proceso de compra del grano en 5 Municipios del Estado Sucre.
 - Coordina asambleas comunitarias en las diferentes localidades.
 - Dirige al personal que está a su cargo.

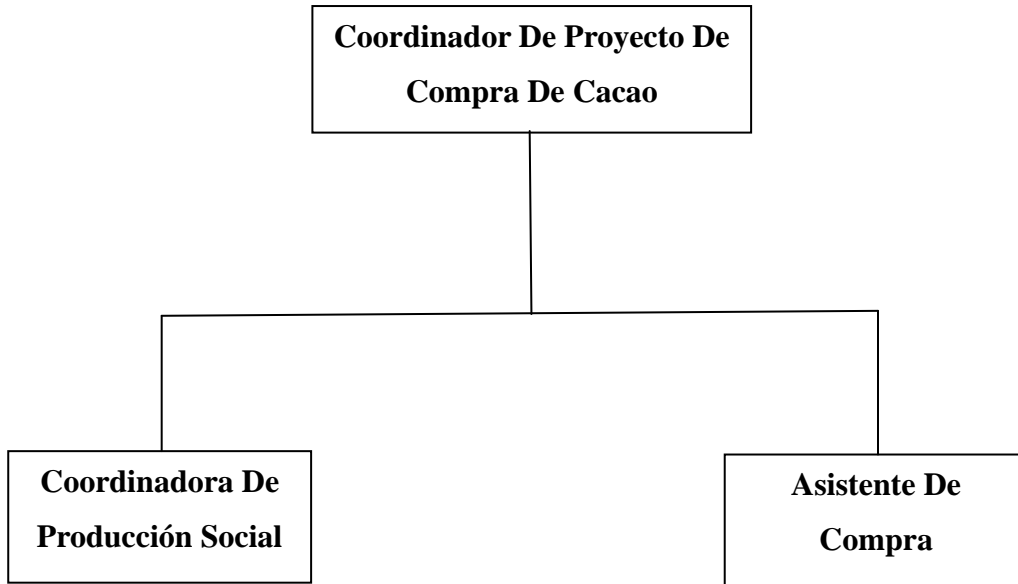
- **Asistente De Compra:** T.S.U Alejandra Alcázar
 - Coordina traslado de cacao de las comunidades hacia el centro de acopio.
 - Compra de cacao en los 5 municipios.

- **Coordinadora De Producción Social:** T.S.U Zurayma Díaz

- Actividades directas con las comunidades.

- Apoyo a productores.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA



2.5. Bases Legales:

La Responsabilidad Social Empresarial es una contribución activa y voluntaria de las empresas para el mejoramiento social, económico y ambiental, por ello, sus fundamentos legales guardan una estrecha relación con ésta y con el cumplimiento de las empresas, como agente moral y con el esfuerzo de distinguir entre el bien y el mal para el bienestar de la sociedad. No obstante, el respaldo legal de la Responsabilidad Social Empresarial es, principalmente, normado por los derechos que otorga la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, establecido en el TÍTULO III, De los Derechos Humanos y Garantías, y de los Deberes, CAPÍTULO V, De los Derechos Sociales y de las Familias, Artículos 2, 86, 87, 112, 132 y 135.

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

Artículo 86: "Toda persona tiene derecho a la seguridad social como servicio público de carácter no lucrativo, que garantice la salud y asegure protección en contingencias de maternidad, paternidad, enfermedad, invalidez, enfermedades catastróficas, discapacidad, necesidades especiales, riesgos laborales, pérdida de empleo, desempleo, vejez, viudedad, orfandad, vivienda, cargas derivadas de la vida familiar y cualquier otra circunstancia de previsión social. El Estado en el presente, sin comprometer su existencia en el futuro tiene la obligación de asegurar la efectividad de este derecho, creando un sistema de seguridad social

universal, integral, de financiamiento solidario, unitario, eficiente y participativo, de contribuciones directas o indirectas. La ausencia de capacidad contributiva no será motivo para excluir a las personas de su protección. Los recursos financieros de la seguridad social no podrán ser destinados a otros fines.

Las cotizaciones obligatorias que realicen los trabajadores y las trabajadoras para cubrir los servicios médicos y asistenciales y demás beneficios de la seguridad social podrán ser administrados sólo con fines sociales bajo la rectoría del Estado. Los remanentes netos del capital destinado a la salud, la educación y la seguridad social se acumularán a los fines de su distribución y contribución en esos servicios. El sistema de seguridad social será regulado por una ley orgánica especial"

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

Artículo 112: "Todas las personas pueden dedicarse libremente a la actividad económica de su preferencia, sin más limitaciones que las

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

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

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

CAPITULO III

DE LOS SERVICIOS SOCIALES.

Art. 4.º Estructuración de los Servicios Sociales.

Los Servicios Sociales se orientan con carácter general a toda la población y se estructuran en:

- a) Servicios Sociales de Base.

- b) Servicios Sociales Especializados.

1. Son Servicios Sociales de Base aquellos que bajo responsabilidad pública o de iniciativa social y con un carácter global y polivalente tienen por finalidad la mejora de la calidad de vida de la Comunidad.

Configuran la estructura básica de la Acción Social, siendo funciones propias las siguientes:

-Información, Valoración y Orientación.

-Animación Comunitaria.

-Ayuda a Domicilio.

-Convivencia e Inserción Social.

2. Son Servicios Sociales Especializados los que se organizan y operan sobre cada una de las áreas o situaciones previstas en esta Ley o que pudieran preverse.

El objetivo básico de estos Servicios es el conseguir que todos los ciudadanos puedan integrarse plenamente en su unidad básica de convivencia. Por todo ello en este proceso de normalización estos Servicios utilizarán los instrumentos más acordes con el fin que se quiere conseguir que deben estar inspirados en los principios generales establecidos en el artículo 3 de la presente Ley.

Atendiendo a la realidad extremeña estos Servicios Sociales Especializados atenderán prioritariamente las siguientes áreas y situaciones:

-Atención a la Familia, Infancia, Adolescencia y Juventud.

-Atención a los Toxicómanos.

-Prevención de la delincuencia y atención a los reclusos y ex- reclusos.

-Atención a los Minusválidos.

-Atención a los Ancianos.

-Atención a las minorías étnicas.

-Atención a la Mujer.

-Atención a las situaciones de Emergencia Social.

-Prevención de la discriminación social.

2.6 Definición de Términos:

La definición de términos consiste en establecer el significado específico que se le asigna a cada uno de ellos en el contexto de la investigación.

- ◆ **Auditoria social:** Es la evaluación sistemática del impacto social de una empresa, en relación con ciertas normas y expectativas.

- ◆ **Capital social:** Es el conjunto de valores y expectativas comunes de una comunidad determinada. El capital social es una condición previa para la cooperación y la organización de actividades humanas, incluidos los negocios. El capital social puede transformarse, consumirse o reponerse, igual que el capital financiero.

- ◆ **Código de conducta:** Declaración formal de los valores y prácticas comerciales de una empresa y, algunas veces, de sus proveedores. Un código enuncia normas mínimas y el compromiso de la empresa de cumplirlas y de exigir su cumplimiento a sus contratistas, subcontratistas, proveedores y concesionarios. Puede ser un

documento complejo que requiera el cumplimiento de normas precisas y prevea un mecanismo coercitivo complicado.

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

- ◆ **Empresas:** La biblioteca de consulta Microsoft® Encarta® (2007), la define como: “la unidad de organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos”. Las empresas, visto desde un ángulo de contabilidad son consideradas, según Luque (1981, p. 87), como “el ente integrado por el patrimonio y personas que persiguiendo un fin común y bajo una forma jurídica dada, desarrollan al efecto un esfuerzo coordinado, es decir, es la unidad operativa que combina dos elementos: personas y patrimonio, mediante una coordinación apropiada para realizar una actividad enmarcada de un fin común específico”.

- ◆ “Una empresa es un sistema que interacciona con su entorno materializando una idea, de forma planificada, dando satisfacción a unas demandas y deseos de clientes, a través de una actividad económica”. Requiere de una razón de ser, una misión, una estrategia, unos objetivos, unas tácticas y unas políticas de actuación. Se necesita de una visión previa y de una formulación y desarrollo estratégico de la empresa. Se debe partir de una buena definición de la misión”.

- ◆ La Comisión de la Unión Europea sugiere que: "Se considerará

empresa toda entidad, independientemente de su forma jurídica, que ejerza una actividad económica. En particular, se considerarán empresas las entidades que ejerzan una actividad artesanal u otras actividades a título individual o familiar, las sociedades de personas y las asociaciones que ejerzan una actividad económica de forma regular."

- ◆ **Empresas Agroindustriales:** Se puede decir que agroindustrias o empresas agroindustriales son organizaciones que participan directamente como intermediarias en la producción agraria, procesamiento industrial comercialización nacional y exterior de bienes comestibles de fibra. Luque (1981, p. 93).

- ◆ **Empresa Cacaotera:** Ahora bien, dentro de las empresas agroindustriales, se encuentran las empresas cacaoteras dedicadas al procesamiento del cacao; es decir, a la elaboración del cacao desde su procesamiento hasta su empaque. En algunos casos estas empresas también cosechan el cacao y en otros casos, compran el cacao en granos y luego proceden a procesarlo hasta que este disponible para salir al mercado y ser ofrecido al consumidor final como es el caso de esta empresa socialista.

- ◆ **Espíritu empresarial responsable:** concepto de las Naciones Unidas que reconoce el papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible y que las empresas pueden gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y se aumente la competitividad al tiempo que se garantiza la protección del medio

ambiente y se promueve la responsabilidad social.

- ◆ **Evaluación del impacto medioambiental:** Análisis del impacto de un proyecto u operación empresarial sobre el medio ambiente.
- ◆ **Influencia de los accionistas:** Voluntad de los accionistas de mejorar el comportamiento ético, social o ecológico de una empresa a través del diálogo, ejerciendo presión, apoyando una gestión responsable y votando en las asambleas generales anuales.
- ◆ **Productividad:** Es el conjunto de beneficios adicionales que se obtienen en el proceso productivo al incorporar valores agregados (insumos mas factor trabajo). García (2003).
- ◆ **Responsabilidad Social Empresarial:** Es una visión de negocios que integra a la gestión de la empresa al respecto, por los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente. Gómez (2004).
- ◆ **Sostenibilidad:** La sostenibilidad según Mokate (2009), es “un criterio de moda desde el auge del pensamiento ambientalista en los sesenta, y de allí surge el cuestionamiento de la armonía de diversas iniciativas asociadas con el crecimiento y el desarrollo con el ámbito físico y biológico”. La sostenibilidad implica, de cierta forma, contar con el apoyo reiterado de elementos claves como las organizaciones, por ejemplo, debido a que su participación y/o aportes resultan relevantes para que una iniciativa o una estrategia puedan mantenerse en el tiempo.

- ◆ **Filantropía empresarial:** El primer estadio de la evolución del concepto de Responsabilidad Social hace referencia a aquellas acciones unilaterales de las organizaciones que tienen por objeto mostrar una cara amable de las firmas a través de inversiones concretas que son escogidas de acuerdo con los intereses de las propias compañías, teniendo en cuenta los beneficios que se pueden obtener con respecto a distintos factores, como mejoramiento de imagen corporativa, reforzamiento de marca, etc. Scheftlein (2002, p. 14) reconoce que, “las empresas de toda Europa descubren que contribuir más de lo legalmente exigido al progreso social y medioambiental es rentable”

CAPITULO III

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se presenta en partes, el análisis de la información obtenida mediante la aplicación del instrumento, diseñado para la recolección de los datos para lograr los objetivos planteados.

El análisis de los datos se planteo a partir de tablas y gráficos, realizando un análisis descriptivo en cada uno de los ítems que fueron considerados para el debido desarrollo de esta investigación.

A continuación se dan a conocer los resultados obtenidos en cada una de las interrogantes, agrupados de la siguiente manera:

Parte I: Valores y Principios Éticos

Parte II: Condiciones de Ambiente, Trabajo y Empleo

Parte III: Apoyo a la Comunidad

Parte IV: Protección Medioambiental

Parte V: Marketing Responsable.

PARTE N° 1

VALORES Y PRINCIPIOS ÉTICOS

Presentación y Análisis de los Resultados, con base en los Valores y Principios Éticos de la R.S.E.

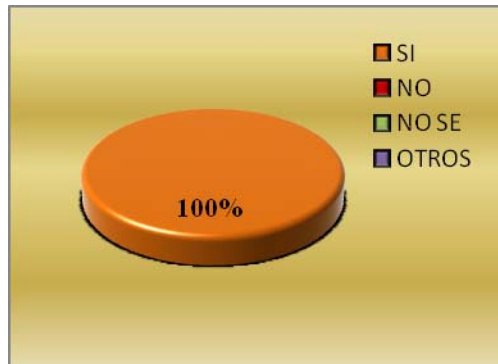
Tabla N°. 1 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la existencia de una misión en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO		
NO SE		
OTROS		
N/C		
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 1

Cuenta con una Misión la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 1 y gráfica N° 1, el 100 % de los encuestados afirman que la empresa bolivariana de producción socialista Cacao Oderí S.A cuenta con una guía u orientación de lo que quiere ser en el presente, lo cual le permite lograr los objetivos propuestos y previamente establecidos, a través de la coordinación, fomento y desarrollo de las actividades de producción, comercialización e industrialización de su producto para satisfacer las necesidades reales de sus consumidores. Al respecto, Koontz y Weihrich expresan que una misión es la consecución para lograr los objetivos de una organización, por lo que esta empresa, al definir su misión se basa en lo establecido por la ley para el desarrollo de sus tareas y así poder llevar a cabo un buen funcionamiento dentro de la misma.

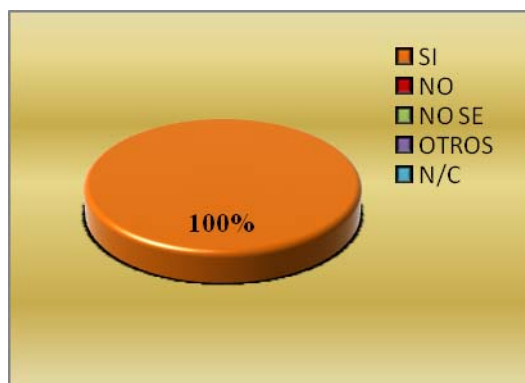
Tabla N°. 2 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la existencia de una Visión en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO		
NO SE		
OTROS		
N/C		
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 2

Cuenta con una Visión la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N°2 y gráfica N° 2, el 100 % de los encuestados afirman que la empresa posee una visión clara, lo cual le permite orientarse hasta dónde quiere llegar como organización. En ese sentido, Serna plantea que la visión es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen el marco de referencia de lo que la empresa es y quiere ser en el futuro.

Así mismo, la empresa no está exenta de cumplir con lo establecido en la ley de orientar el rubro de sus actividades, a fin de propiciar las condiciones de desarrollo en la región nor-oriental, lo que se traduce en elevar los niveles de calidad debida en todas sus oficinas y así poder competir en los diferentes mercados tanto nacionales como internacionales.

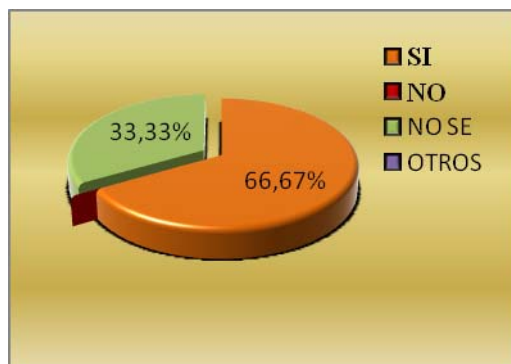
Tabla N° 3 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a las decisiones tomadas basadas en la misión y la visión en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	2	66,67
NO	0	0,00
NO SE	1	33,33
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 3

Las decisiones son tomadas basadas en la misión de la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 3 y gráfica N° 3, en cuanto a si las decisiones que se toman están orientadas a la misión y visión, emitieron opiniones divididas el 66,67 % de los trabajadores afirman que si están orientadas y el otro 33,33% manifestó no tener conocimiento acerca de lo preguntado, esto es indicativo de que en su mayoría las decisiones son dirigidas a la misión y la visión, sin embargo es de señalar que esta división puede ser producto del desconocimiento de las políticas de la empresa o del poco interés que se muestra para el cumplimiento de las mismas, ya que cada organización tiene naturaleza propia y se rigen por principios y políticas que conlleven al logro de sus objetivos basados en el fiel cumplimiento de su misión y visión.

PARTE N°2
CONDICIONES DE AMBIENTE, TRABAJO Y EMPLEO

Tabla N°. 4 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a los beneficios percibidos que corresponden según ley en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

Tabla 1-A

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
Vacaciones	X	11,11
Gratificaciones		
CTS		
Utilidades	X	11,11
Estab. Labo.	X	11,11
TOTAL	1	33,33

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Tabla 2-A

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
Vacaciones	X	11,11
Gratificaciones		
CTS		
Utilidades	X	11,11
Estab. Labo.	X	11,11
TOTAL	1	33,33

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

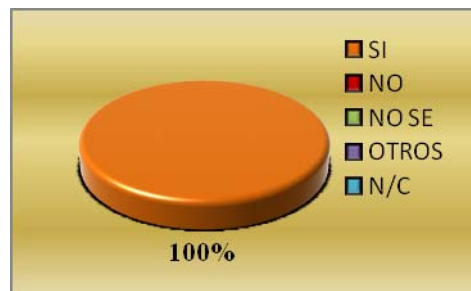
Tabla 3-A

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
Vacaciones	X	11,11
Gratificaciones		
CTS		
Utilidades	X	11,11
Estab. Labo.	X	11,11
TOTAL	1	33,33

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 1-A, 2-A, 3-A

Los beneficios percibidos que corresponden según ley en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

En cuanto a los beneficios que perciben los trabajadores según la ley fueron tomadas cinco (5) variables como muestra para el instrumento que fue aplicado en la empresa, donde el 100% de los empleados coincidieron que la empresa cumple con los beneficios que corresponde, según la Ley Orgánica del Trabajo en su pag. 84 art

219 y pag. 54 art 113, se establece algunos de los beneficios antes mencionados como lo son la estabilidad laboral y que los mismos prestan los servicios durante su periodo de trabajo, así como las vacaciones cuando el empleado cumple un (1) año ininterrumpido gozará de este beneficio.

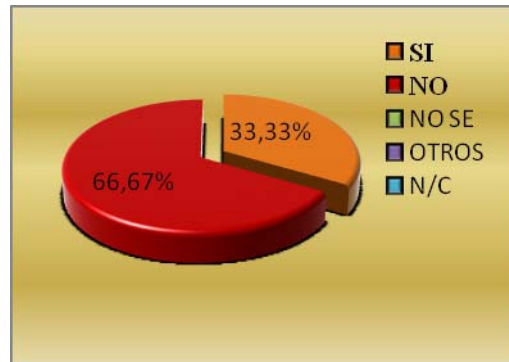
Tabla N° 5 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la capacitación del personal en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	1	33,33
NO	2	66,67
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 5

La capacitación del personal en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N°5 y gráfica N°5, el 66,67 % de los empleados manifestaron no recibir capacitación, mientras que el 33,33% afirma recibirla, esto permite indicar que la empresa BPSKOSA no promueve el crecimiento profesional y desarrollo de su personal, lo que puede desmotivar al trabajador para cumplir con sus responsabilidades dentro de la organización. Sin embargo, muchas empresas consideran que el hecho de capacitar al personal, genera costos y tiempo entre otros factores, la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A, evalúa al personal con diferentes objetivos y de acuerdo con las actividades que desempeñan.

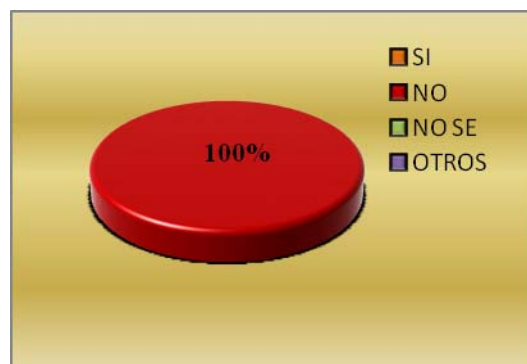
Tabla N°. 6 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a los conflictos entre trabajadores empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	0	0,00
NO	3	100
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 6

Los conflictos entre trabajadores en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 6 y gráfica N° 6, muestra que el 100% de

los empleados afirman que el ambiente de trabajo es idóneo, existen buenas relaciones interpersonales, buena comunicación, se establecen las directrices, son tomados en cuenta para la definición de los objetivos, condiciones indispensable para evitar conflictos entre los trabajadores, aunado a esto el hecho de que solo laboran tres personas, esto se puede considerar muy ventajoso para la organización, ya que esto conduce a la confianza y actitud amistosa entre trabajadores y por lo tanto el buen estado anímico de sus empleados contribuye al buen funcionamiento de la organización y por ende facilita el cumplimiento de sus objetivos y metas.

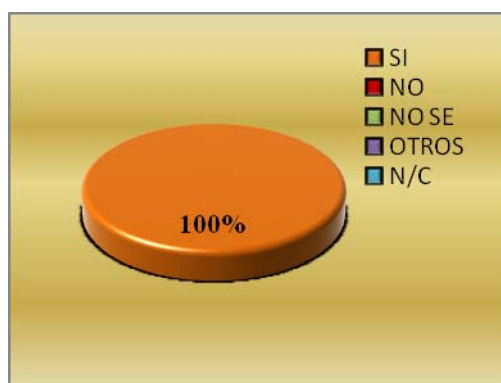
Tabla N°. 7 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, al mobiliario e infraestructura apropiada que permita trabajar con comodidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO	0	0,00
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 7

Mobiliario e infraestructura apropiada que permita trabajar con comodidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 7 y gráfica N° 7, de las condiciones de ambiente y trabajo se observa que el 100% de las personas encuestadas afirman que la empresa les proporciona condiciones idóneas en cuanto al mobiliario e infraestructura adecuada para la realización de sus actividades, lo que quiere decir que esta organización cumple con lo establecido en la ley orgánica del trabajo en su art 185 lo cual explica que todo empleado debe estar en condiciones de trabajo óptimas para desenvolverse en su entorno laboral, permitiéndoles así el desarrollos físicos, psíquicos y normal.

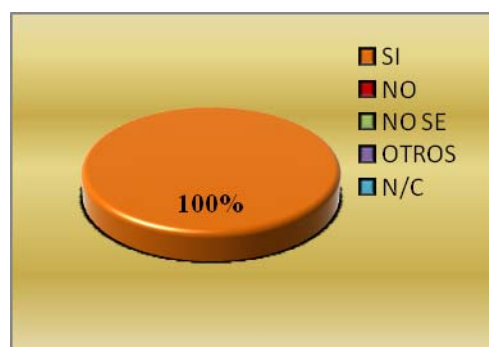
Tabla N°. 8 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la iluminación en sus puestos de trabajo empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO	0	0,00
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 8

Existe buena iluminación en sus puestos de trabajo en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 8 y gráfica N° 8, el 100% de los encuestados afirman que si cuentan con la iluminación necesaria para trabajar, dado

que la empresa cuenta con iluminación tanto artificial como natural y hacen que los empleados se sientan satisfecho dentro de su entorno laboral, lo cual ayudan a que se sientan motivados a la hora de realizar sus actividades cotidianas.

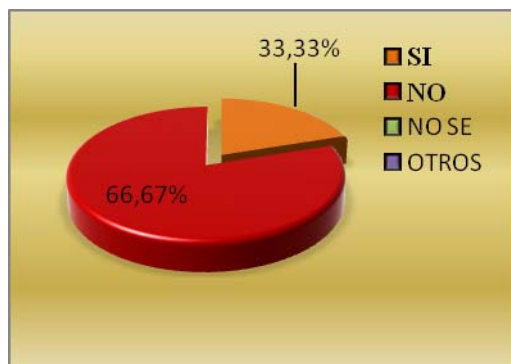
Tabla N°. 9 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a el salario devengado le permite cubrir las necesidades y la de su carga familiar en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	1	33,33
NO	2	66,67
NO SE		
OTROS		
N/C		
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 9

La retribución de su trabajo satisface sus necesidades en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 9 y gráfica N° 9, el 66,67 % de los encuestados dicen que el sueldo devengado no les alcanza para satisfacer sus necesidades y la de su grupo familiar, sin embargo el 33,33% afirma que sí, así mismo la ley del trabajo página 58 en su art 129 establece que los salarios se estipulan libremente, pero que no podrán ser menor a los que fije la ley. Cabe señalar, que los sueldos y compensaciones recibidas por los trabajadores muchas veces dependen de las políticas asumidas por el estado o en su defecto de las empresas privadas. Es por eso, que se hace necesario que estas políticas sean actualizadas a través de ajustes salariales de acuerdo a las necesidades de cada régimen y a la realidad inflacionaria que vive el país.

PARTE N°3

APOYO A LA COMUNIDAD

Tabla N°. 10

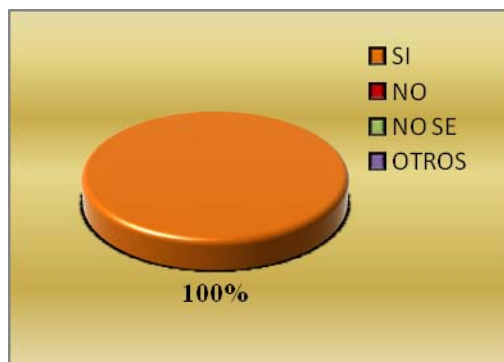
Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la existencia de política de apoyo a la comunidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO	0	0,00
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 10

Existencia de política de apoyo a la comunidad en la empresa de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 10 y gráfica N° 10, el 100% de los entrevistados afirma que la empresa establece una política de apoyo a las comunidades, esto quiere decir que la empresa cumple a cabalidad una de las áreas definidas por Wedes (2004) basada en el apoyo a la comunidad donde la empresa contribuye en su amplio rango de acciones que apuntan a un mayor crecimiento económico de la sociedad. En ese sentido, la empresa P.S.C.O.S.A dentro de su planificación prevee actividades comunitarias.

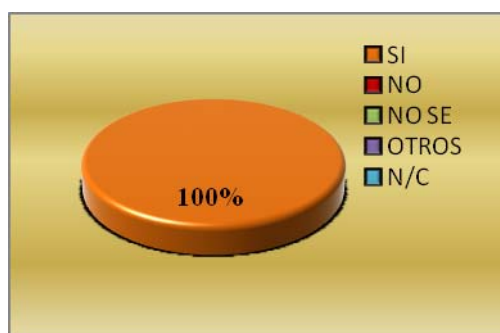
Tabla N°. 11 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la comunicación con los empleados en cuanto Programas de apoyo a la comunidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO	0	0,00
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 11

Comunicación con los empleados en cuanto Programas de apoyo a la comunidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 11 y gráfica N° 11, el 100% afirma que la empresa consulta a sus trabajadores de sus acciones/programas dirigidos a la

comunidad, cabe destacar que cada persona que pertenezca a una institución u organización debe ser tomado en cuenta al momento que la empresa emprenda cualquiera de sus tareas o actividades. Cabe resaltar el nivel de importancia que tiene el hecho de que una empresa tome decisiones en conjunto con ello fortalece a la organización y compromete a sus trabajadores en el cumplimiento de sus actividades.

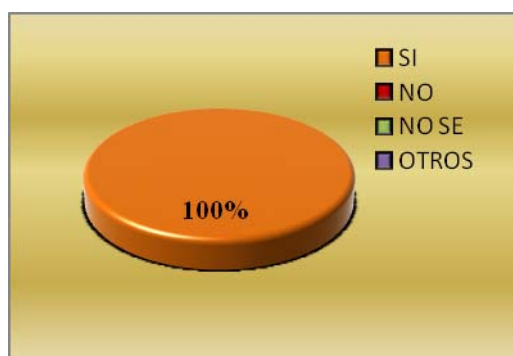
Tabla N°. 12 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la participación en alianzas con otras empresas para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO	0	0,00
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 12

Participación en alianzas con otras empresas para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

En cuanto a las diferentes actividades que realizan con otras instituciones. Con respecto a esta interrogante los datos arrojados según la siguiente tabla afirman que el 100% de la totalidad de los trabajadores indican que la empresa participa en alianzas con otras empresas para así desarrollar acciones de apoyo a la comunidad, como anteriormente se explicó en el planteamiento objeto de estudio de esta investigación se plasmaron las instituciones ubicadas en los diferentes municipios que dan apoyo a las comunidades de este sector cacaotero, lo que implica que esta organización es socialmente responsable

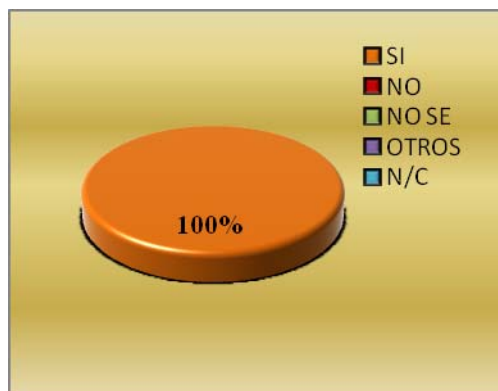
Tabla N°. 13 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la integración de personas con discapacidades diferentes en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO	0	0,00
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 13

Integración de personas con discapacidades diferentes en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

De acuerdo a los resultados arrojados para este instrumento aplicado en la empresa, la presente tabla muestra que el 100% de los empleados afirman que se promueve la integración de personas con discapacidades diferentes dentro de la misma. Cabe destacar que las personas discapacitadas no deben ser discriminadas por ningún ente, son seres con derechos pero también con deberes para con las empresas donde son contratados o contratadas. Esta empresa trabaja directamente con las comunidades a través de la presentación de múltiples actividades entre ellas deportivas, educativas, culturales, medicas, laborales, recreativas que contribuyen al desarrollo e inclusión de este tipo de población. Es por ello que actualmente brindan apoyo y servicios a todas las instituciones que están dando un paso con respecto al tema de responsabilidad social empresarial e inclusión social.

PARTE N°4

PROTECCION MEDIOAMBIENTAL

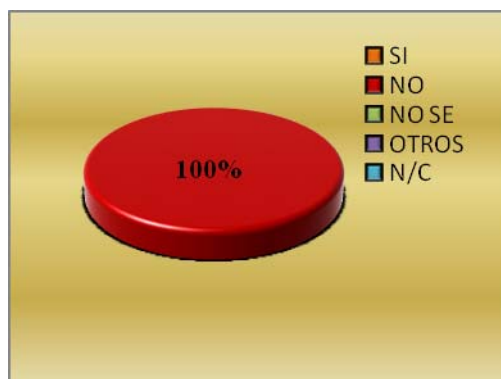
Tabla N° 14 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la disposición de procesos de capacitación medioambientales en la empresa de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	0	0,00
NO	3	100
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 14

Disposición de procesos de capacitación medioambientales en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 14 y gráfica N° 14, el 100% de los trabajadores opinaron que la empresa no dispone de procesos de capacitación de temas medioambientales, esto trae como consecuencia una desventaja a la hora de querer innovar sus productos o servicios que requieren de inversión para nuevos equipamientos y nueva tecnología, ya que esto le permite reducir los niveles medioambientales a la hora de realizar cualquiera actividad que esté realizando la empresa, además no contar con procesos de capacitación la empresa no podría identificar la falta de adiestramiento o conocimiento que pueda estar presentando el personal. De igual forma aplicando estos procesos se puede detectar que existen factores asociados a sus prácticas laborales que de una u otra forma a través de los insumos tienen un impacto que se debe controlar a través de la capacitación.

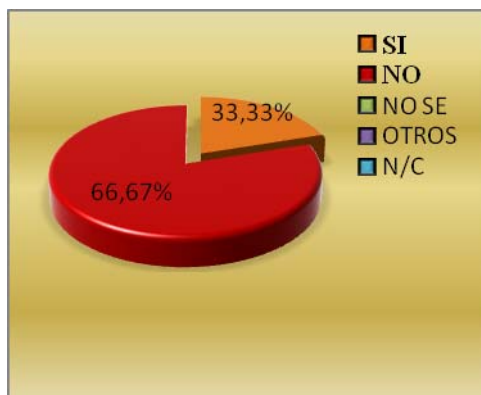
Tabla N°. 15 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, controles de impacto ambiental generado por las actividades en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	1	33,33
NO	2	66,67
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 15

Controles de impacto ambiental generado por las actividades en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 15 y gráfica N° 15, el 66,67% de los trabajadores opinaron que la empresa no dispone de controles medioambientales generado por sus actividades y el resto que es el 33,33% afirma que si, lo que indica que esta organización no dispone de un marco que establezca el sistema de gestión, que les permita mejorar su eficacia y ser más eficientes en el consumo de sus recursos, igualmente auditorias tanto internas como externas para así de esta manera disponer de controles ambientales que les permita corregir cualquier problema a la hora de que se estén ejecutando las tareas u actividades en cualesquiera de los casos puedan presentarse, bien sea en accidentes, el uso inadecuado de las materias primas, transporte entre otros.

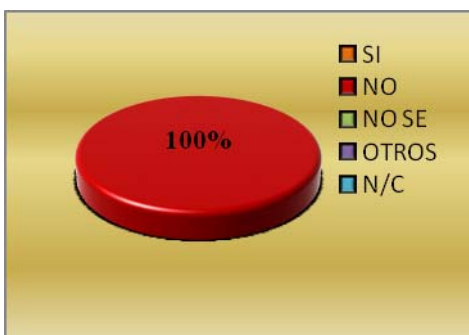
Tabla N° 16 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la existencia de políticas para atender quejas sobre agresión del medio ambiente en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	0	0,00
NO	3	100
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 16

Existencia de políticas para atender quejas sobre agresión del medio ambiente en la empresa de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 16 y gráfica N° 16, el 100% de los trabajadores opinaron que la empresa no establece como políticas el atender quejas de las comunidades en relación a la agresión del medio ambiente, lo que implica que carece de compromiso empresarial con la sociedad y con su entorno, ya que no muestra su preocupación al tener como política la evaluación del impacto ambiental que tienen sus acciones mediante la concientización de sus empleados

PARTE N°5

MARKETING RESPONSABLE

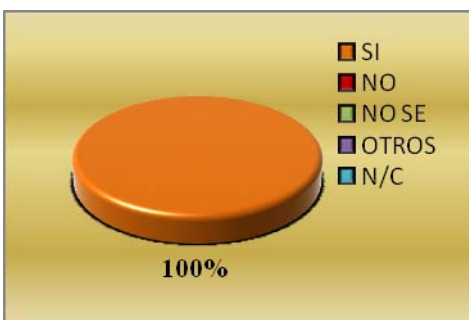
Tabla N° 17 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a la transparencia en cuanto a la información suministrada al consumidor en la empresa de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO	0	0,00
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 17

Transparencia en cuanto a la información suministrada al consumidor en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 17 y gráfica N° 17, el 100% de los encuestados dicen tener conocimiento de la existencia de una verdadera información llevada al público consumidor de los posibles riesgos del producto y/o servicios que ofrece la organización. Cada empresa tiene que poder asegurar la salud y seguridad social de los consumidores que adquieren sus productos, de modo que la organización no pierda credibilidad y así garantizar la calidad del producto.

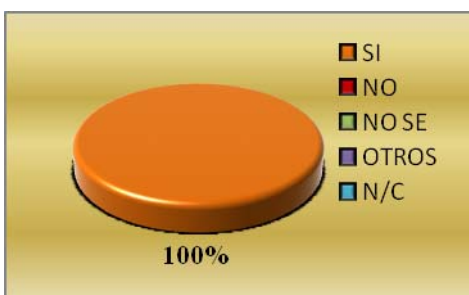
Tabla N° 18 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, a las especificaciones, precios y condiciones de comercialización del producto o servicio en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	3	100
NO	0	0,00
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 18

Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización del producto o servicio en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 18 y gráfica N° 18, el 100% de los

encuestados dicen que la empresa si cumple con las especificaciones, precios y condiciones de comercialización y coinciden con el producto y/o servicio que se ofrece. En este mismo sentido, se puede decir que las cadenas de suministros han ido desarrollándose en un mercado con precios bajos, aunque la situación está cambiando; a demás, todo lo relacionado con la comercialización, el medio ambiente y sus especificaciones reciben cada vez más atención. Se estima que la conservación de la energía, de las materias primas y de recursos como el producto que se ofrece en esta empresa serán aspectos cruciales en el futuro, dado que los recursos son cada vez más limitados y los precios serán volátiles. Teniendo en cuenta toda la cadena de responsabilidad social de principio a fin.

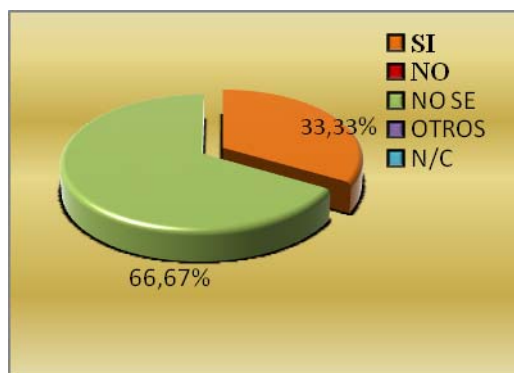
Tabla N° 19 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, campañas publicitarias de acuerdo a los valores que posee la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	1	33,33
NO	0	0,00
NO SE	2	66,67
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 19

Campañas publicitarias de acuerdo a los valores que posee en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 19 y gráfica N° 19, el 33,33% de los encuestados reconocen que si se examinan las campañas publicitarias, por otra parte el restante 66,67% dicen que no sabe si son examinadas o no las mismas, las opiniones de los encuestados están en total desacuerdo. Con respecto a esta interrogante la organización no establece un patrón o estándar en cuanto a la verificación de la misma y que estas estén alineadas a los valores que se deben cumplir en dicha empresa. Esta organización tiene valores positivos en cuanto a marketing y ética se refiere, a demás que las campañas publicitarias implican valores en los cuales se ve identificada, cabe resaltar que las campañas publicitarias no son suficientes para mantener la imagen de la organización.

PARTE N°6

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

Tabla N° 20 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, principios que son aplicados por la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
Responsabilidad	X	
Justicia		
Solidaridad	X	
Cooperación	X	
Retribución		
Aceptación	X	
Equidad	X	
Eficiencia	X	
TOTAL	1	33,33

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Tabla N° 20 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, principios que son aplicados por la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
Responsabilidad	X	
Justicia		
Solidaridad	X	
Cooperación	X	
Retribución		
Aceptación	X	
Equidad	X	
Eficiencia	X	
TOTAL	1	33,33

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

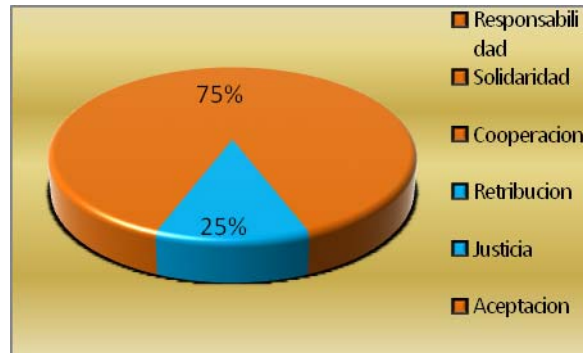
Tabla N° 20 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, principios que son aplicados por la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
Responsabilidad	X	
Justicia		
Solidaridad	X	
Cooperación	X	
Retribución		
Aceptación	X	
Equidad	X	
Eficiencia	X	
TOTAL	1	33,33

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 1, 2,3

Principios que son aplicados por la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 1, 2, 3 y gráfica N° 1, 2, 3 los encuestados reconocen que la empresa si aplica la mayoría de los principios en un 75%, mientras que el 25% opinaron solo que la retribución y justicia no son cumplidos en este rango, es importante señalar que estos principios van de la mano con todo lo concerniente al ser humano y del mundo que lo rodea. Una organización que no cumpla con estos principios éticos no lograra sus objetivos y metas propuestas en el corto y mediano plazo ya que si carece de responsabilidad u otro principio ético no será responsable a cumplir con ningún compromiso social, por lo cual tendrá que medir el alcance de sus actos y de ninguna manera como institución debe elegir el mal bien sea este el medioambiente, la sociedad o comunidad en general.

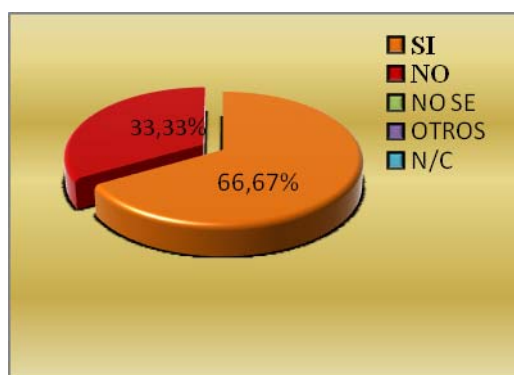
Tabla N° 21 Distribución Absoluta y Porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados en relación, al conocimiento de la Responsabilidad Social en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano para el año 2011.

OPCIONES	VALOR ABSOLUTO	PORCENTAJE (%)
SI	2	66,67
NO	1	33,33
NO SE	0	0,00
OTROS	0	0,00
N/C	0	0,00
TOTAL	3	100

Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Representación gráfica N° 21

Conocimiento de la Responsabilidad Social en la empresa Bolivariana de Producción Socialista “Cacao Oderí S.A” Carúpano, para el año 2011.



Fuente: Acosta Angélica, Lugo Xavier, Salcedo Ana. Año 2011.

Según lo presentado en la tabla N° 21 y gráfica N° 21, el 66,67 % de los encuestados afirmaron que si tienen conocimiento de lo que es la Responsabilidad

Social, por el contrario el 33,33% desconoce el significado de la misma. Cabe resaltar que la Responsabilidad Social Empresarial es una visión sobre la organización que concibe valores éticos a las personas, comunidades, y al medio ambiente como estrategia para mejorar la situación competitiva de la empresa, por lo tanto al aplicar el instrumento se conoció la información. Esto implica que aunque la mayoría tienen conocimiento o manejan los mecanismos relacionados a los mismos no manejan en si la concepción de la Responsabilidad Social Empresarial.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA PARA UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA BOLIVARIANA DE PRODUCCIÓN SOCIALISTA “CACAO ODERÍ”, S.A

4.1- Introducción

Actualmente las organizaciones se enfrentan a cambios, dada la globalización, ajustes económicos y la competencia, por lo que deben buscar adaptarse a su ambiente cambiante y complejo, además de los niveles de incertidumbre, dado que todo esto afecta el funcionamiento de toda organización.

Por lo tanto, se hace necesario que las instituciones, organizaciones o empresas se sientan comprometidas e identificadas con el rol que deben cumplir y con el compromiso con la sociedad. En ese sentido, uno de los aspectos a considerar es la Responsabilidad Social Empresarial, la cual no se le presta la atención debida y es obviada en el momento de administrar lo que se desea, que en su totalidad los objetivos sean alcanzados.

En la empresa Bolivariana De Producción Socialista Cacao Oderí, S.A Carúpano, existe la necesidad de un programa de responsabilidad social, en donde se le presta atención a las áreas de compromiso, a fin de cumplir con lo establecido por la ley servicio social.

4.2- Objetivos Del Programa

4.2.1 Objetivo General

MEJORAR LA APLICACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA BOLIVARIANA DE PRODUCCION SOCIALISTA CACAO ODERÍ S.A. CARÚPANO PARA EL AÑO 2011.

4.2.2 Objetivos Específicos

- Mantener la toma de decisiones orientadas a alcanzar la misión y visión.
- Promover el crecimiento y desarrollo profesional del personal.
- Fortalecer los planes y acciones dirigidos a la mejora de la comunidad.
- Empezar acciones sobre temas medioambientales para generar conciencia social.
- Evaluar previamente las campañas publicitarias.

4.3 Exposición de Motivos

En una organización es relevante que cumpla con la Responsabilidad Social Empresarial ya que esto va a condicionar el comportamiento de la empresa con su entorno laboral y las comunidades, ya que esto puede afectar los niveles de productividad. Partiendo de esto la Empresa de Producción Socialista Cacao Oderí,

S.A (Carúpano), al tener la participación del personal que labora sobre las distintas áreas de compromiso permitirá identificar las debilidades y fortalezas presentes en la organización, aspecto que será de guía para indicar cuáles son los caminos que debe seguir la empresa para cumplir con la RSE, de allí deriva la importancia de proponer el programa de RSE.

4.4 Factibilidad de la Propuesta

A fin de garantizar la viabilidad de la presente propuesta, a continuación se describen los aspectos que la hacen factible:

1. **Factibilidad Institucional**, se expresa a través de la voluntad y disposición que tienen la Empresa de Producción Socialista Cacao Oderí, S.A (Carúpano) para implementar este programa.
2. **Factibilidad Económica**, dado que se cuenta con el recurso humano y el financiero para ponerlo en marcha.
3. **Factibilidad Técnica Operativa**, se expresa por medio de la receptividad puesta en manifiesto por el personal de la empresa durante la encuesta lo que facilita el apoyo y la implementación del programa.
4. **Factibilidad Social**, se expresa en la calidad del producto que se le ofrece a los consumidores, así como al resto de los grupos de interés en los que interactúa toda empresa.

4.5 Propuesta del Programa:

A continuación se describe el programa que a consideración de los autores son de vital importancia para contrarrestar las debilidades encontradas y mantener las fortalezas identificadas en la empresa:

- Mantener la toma de decisiones orientadas a alcanzar la misión y visión.
 - Propicia políticas de comunicación de la misión y la visión al personal.
 - Inclusión al personal en la toma de decisiones orientadas hacia la misión y la visión.
- Promover el crecimiento y desarrollo profesional del personal.
 - Detectar las necesidades de capacitación.
 - Realizar cursos de capacitación y adiestramiento del personal en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial se refiere.
 - Evaluar el desempeño laboral.
- Fortalecer los planes y acciones dirigidos a la mejora de la comunidad.
 - Fomentar la participación interna de los empleados con la comunidad.

- Expandir los planes de acciones en mejoras a las comunidades.
- Consolidar las alianzas con otras instituciones en pro del bienestar de las comunidades.
- Empezar acciones sobre temas medioambientales para generar conciencia social.
 - Vincular al personal a través de charlas medioambientales que les permitan relacionarse con el tema.
 - Profundizar leyes y reglamentos sobre los temas referentes al medioambiente.
 - Ejecutar obras que permitan concientizar a la humanidad sobre los temas medioambientales.
- Evaluar previamente las campañas publicitarias.
 - Estudiar el mercado antes y durante del lanzamiento de la campaña.

CONCLUSIONES

Tomando en consideración la problemática manifestada con anterioridad, esta propuesta y las opiniones emitidas por el personal que labora en la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderi S.A., permite describir las conclusiones más relevantes del estudio realizado. Con respecto a los resultados en las distintas áreas de compromiso, se puede concluir:

La empresa cuenta con una misión y visión clara y definida, lo que permite indicar que conoce lo que es y hacia donde quiere ir. Entendiéndose que una misión representa de una manera genérica la identidad de la empresa en el momento presente y en el futuro, y la visión es la proyección futura del modelo de una empresa en la que la organización desea convertirse y que le sirve de inspiración para la definición de estrategias y toma de decisiones. Así mismo se concluye que la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A., comparten su misión y visión con las partes interesadas no solo para comunicarles su compromiso con ella sino para recibir su comentario e incorporarlo en la medida posible para que las decisiones sean tomadas en cuanto a estas variables.

Es importante que las organizaciones posean condiciones físicas que se adecuen al entorno laboral, las cuales facilitan la comunicación y percepción adecuada de las actividades a desarrollar por los empleados, al igual que, la realización de actividades con exigencias de trabajo mental. Así mismo, no hay que olvidar que entre las condiciones de trabajo tiene fundamental importancia el nivel y forma de remuneración, la situación contractual y la protección social con que cuentan los trabajadores. En este sentido, la empresa de producción socialista Cacao Oderí, S.A (Carúpano), cumple con sus responsabilidades en cuanto a las condiciones de ambiente, trabajo y empleo se refiere, pero no hay que obviar que los trabajadores

no cuentan con la capacitación que debe implementar cada cierto período, lo cual es necesario para que se mantenga su competitividad mediante personal apto para emprender sus actividades, lo cual refleja en la empresa una debilidad que hay que contrarrestar.

Hoy en día las organizaciones están sujetas a una gran diversidad de cambios que se presentan en el mundo empresarial, las cuales influyen en lo social, económico y cultural. De tal forma, que la empresa de producción socialista Cacao Oderí, S.A (Carúpano) no escapa de estos repentinos cambios y es por ello que se han preocupado en atender las necesidades que se puedan estar suscitando en la sociedad. En el estudio realizado se concluyó que la empresa contribuye en mejoras de comunidad aledañas a través de acciones planificadas que permiten buscar beneficios directos para las diferentes poblaciones y a su vez se promueve una amplia integración empresa-comunidad, teniendo como fortaleza la particularidad de canalizar los recursos hacia actividades productivas permitiendo que la sociedad alcance mayores niveles de empleo, crecimiento y bienestar social.

En cuanto al tema de protección medioambiental se ha de notar que la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao oderí S.A no se encuentra internalizada a los programas de impacto ambiental, siendo esta un elemento fundamental para la organización, así como también una herramienta muy importante para la preservación y conservación del medio ambiente de la sociedad. En este mismo sentido la empresa no dispone de procesos de capacitación sobre el tema, lo que indica que el personal que labora en ella no cuenta con conocimientos que permitan colaborar de forma positiva en el medio ambiente. Por su parte se concluye que esta empresa no cumple los reglamentos y leyes que regulan la actividad cacaotera.

Las empresas para realizar prácticas de mercados responsables deben medir la satisfacción del cliente y atender todos sus reclamos, preocuparse por sus clientes y proveedores, respetar el derecho del consumidor, denunciar comercio informal, realizar comunicación veraz de los proyectos, autorregulación publicitaria, realizar estudios de investigación y desarrollo para ampliar números y tipos de productos y servicios para tener consideraciones de clientes con necesidades especiales. Así pues se pudo evidenciar en el estudio realizado a la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A la falta de evaluaciones previas al momento de realizar campañas publicitarias que permitan identificar, desviaciones o errores del objetivo fijado verificando que estén enmarcadas dentro de los valores de la empresa.

BIBLIOGRAFIA

Arias, F. 2006. El proyecto de Investigación: **Introducción a la Metodología Científica**. Episteme. Venezuela.

Gómez, H. (2004). “**La empresa y lo Social en Debates**”. IESA. Vol x, N’ 1. P.6 (octubre-diciembre).

Guedez, V. (2004). “**Responsabilidad Social Empresarial**”. Revista Producto. N’ 249, Agosto.

Hurtado, J. (2000). “**Metodología de la Investigación Holística**”. SYPAL. Caracas-Venezuela.

Koontz, H y Weihrich, H. (1998). Administración. **Una Perspectiva Global**. 12’ Edición. Editorial MC Graw Hill: México.

Luque, R. (1981). “**Empresas**”. [Documento en línea]. Disponible: <http://www.monografias.com> [Fecha de Consulta: 2007, noviembre 17].

Méndez, C. (2001). “**Metodología de la Investigación en Ciencias Económicas, Administrativas y Contables**”. MC Graw Hill S.A.: Santa FE de Bogota Colombia.

Méndez, CH. (2003). “**Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela durante el siglo XX.**” strategos consultores. Caracas.

Méndez, CH. (2004). “**Los desafíos de participación de las Empresas**

Venezolanas en esta década” strategos consultores. Caracas.

MICROSOFT ® ENCARTA ® 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporación.
Reservados todos los derechos.

Serna, H. (1999). **Gerencia Estratégica: Plantación y Gestión- Teoría y metodología**. 3R Editores LTDA. Colombia.

UNIVERSIDAD DE ORIENTE
NÚCLEO DE SUCRE
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN



CUESTIONARIO

El motivo de este instrumento es para solicitarle su valiosa colaboración que nos permitirá obtener la información requerida y/o necesaria para el análisis que dará respuestas claras y sencillas a este tema de estudio,

Agradeciendo la colaboración que tenga a bien prestar:

Acosta Angélica

Lugo Xavier

Salcedo Ana

Carúpano 14/03/2011

A continuación se presenta una serie de preguntas que usted debe responder con la mayor claridad y transparencia, ser lo más objetivo posible a la hora de responder para que de esta manera se puedan obtener los datos necesarios que darán respuestas a estas interrogantes.

1. Cuenta la empresa con una misión

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

2. Cuenta la empresa con una visión

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

3. Las decisiones tomadas en la empresa son basadas en la misión y la visión

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

4. Identifique cuales de los siguientes beneficios usted percibe. Que corresponden según la ley.

Vacaciones	
Gratificaciones	
CTS	
Utilidades	
Estab. laboral	

5. En el trabajo se capacita continuamente al personal

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

6. Frecuentemente se presentan conflictos entre trabajadores de las diferentes unidades o departamentos en el trabajo.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

7. La organización proporciona el mobiliario e infraestructura apropiado que permita trabajar con comodidad

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

8. La iluminación con que se cuenta en el trabajo, es inadecuada para trabajar.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

9. El sueldo que gana en el trabajo permite satisfacer sus necesidades y las de su familia.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

10. Dentro de la planificación, la empresa establece una política de apoyo a la comunidad.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

11. Para las acciones/programas de apoyo a la comunidad que realiza la empresa se consulta a los trabajadores.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

12. La empresa genera y/o participa en alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

13. Se promueve la integración de personas con capacidades diferentes en la empresa.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

14. La empresa dispone de procesos de capacitación de temas medioambientales.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

15. Se dispone de controles de impacto ambiental generado por sus actividades.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

16. Es política de la empresa atender quejas y/o denuncias referidas a la agresión del medioambiente.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

17. Existe transparencia en la información al público consumidor de los posibles riesgos del producto y/o servicios que ofrece la empresa (uso irresponsable o excesivo entre otros).

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

18. Las especificaciones, precios y condiciones de comercialización están claras y coinciden con el producto o el servicio que se ofrece.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

19. Se examinan previamente las campañas publicitarias verificando que las mismas estén alineadas con los valores de la empresa.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

20. Cuáles de los siguientes principios son aplicados por la empresa

Responsabilidad	
Justicia	
Solidaridad	
Cooperación	
Retribución	
Aceptación	
Equidad	
Eficiencia	
Otros	
N/C	

21. Tiene usted algún conocimiento de lo que significa la Responsabilidad Social Empresarial.

SI	NO	NO SE	OTRAS	N/C

ANEXOS

SOLICITUD DE VALIDACION

Ciudadano (a) _____

Presente

Me dirijo a usted en la oportunidad de solicitarle muy respetablemente su colaboración en la validación del instrumento para ser aplicado en el desarrollo del trabajo de investigación, para optar al título de licenciado en administración, el cual se título: **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN SOCIALISTA CACAO ODERÍ, S.A UBICADA EN CARÚPANO, ESTADO SUCRE, PARA EL AÑO 2011.**

Para los efectos de esta validación se anexan el objetivo de la investigación.

Agradeciendo sus buenos oficios, queda de usted.

Br(s): Acosta Angélica

Lugo Xavier

Salcedo Ana

CARTA DE VALIDACIÓN

Sirve la presente para hacer constancia de que he revisado el instrumento de investigación realizado por los bachilleres: Acosta Angélica, Lugo Xavier y Salcedo Ana, para llevar a cabo el estudio intitulado: **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA EMPRESA DE PRODUCCIÓN SOCIALISTA CACAO ODERÍ, S.A UBICADA EN CARÚPANO, ESTADO SUCRE**, el cual será presentado para dar cumplimiento a uno de los requisitos exigidos para optar al título de Licenciado en Administración, en tal sentido, considero que cumplen con los criterios de claridad pertinencia y coherencia en relación con los objetivos planteados en la mencionada investigación.

MARISOL MARCANO

C.I: 5.876.209

M. Sc. En Ciencias Administrativas

U.D.O

HOJA DE METADATOS

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

Título	DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN LA EMPRESA BOLIVARIANA DE PRODUCCION SOCIALISTA CACAO ODERI S.A. PARA EL AÑO 2011
Subtítulo	

Autor(es)

Apellidos y Nombres	Código CVLAC / e-mail	
Br. Acosta R, Angélica del V.	CVLAC	C.I: 18.215.158
	e-mail	aacostarondon@yahoo.com
	e-mail	
Br. Lugo V, Xavier J.	CVLAC	C.I: 17.955.569
	e-mail	xavierlugo22@hotmail.com
	e-mail	
Br. Salcedo M, Ana Y.	CVLAC	C.I: 18.215.785
	e-mail	sanay_125@hotmail.com
	e-mail	

Palabras o frases claves:

Estrategia.
Competitividad.
Responsabilidad Social Empresarial.

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/5

Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias Administrativas	Administración

Resumen

Las organizaciones siempre necesitan estar a la vanguardia desde que existe la apertura de los mercados a nivel global, con lo cual la competencia por el dominio de los mismos dificulta en gran medida que una empresa pueda llegar a tener éxito de forma más rápida. Para poder estar a la altura de sus competidores, recurren a herramientas denominadas estrategias, a través de las cuales pueden idear planes para aumentar sus capacidades y obtener una mayor ventaja competitiva, por lo que, se han abocado a diseñar programas que les permitan no sólo cumplir con sus objetivos y obtener mayores beneficios en sus inversiones, sino que también garantice estabilidad a largo plazo. En tal sentido, el objetivo de la presente investigación consiste en diseñar un programa como modelo estratégico para empresas que deseen adoptar esta metodología, de manera tal que les sirva de guía a la hora de formular, implementar y evaluar la responsabilidad social. Encontrándose que una organización que preste mayor importancia a la generación de (RSE), siempre va a ser más atractiva a las comunidades porque la misma se encarga de crear responsabilidades que le permiten mantener esta ventaja sobre sus competidores, y al mismo tiempo contribuye con los grupos externos mediante la ejecución de planes de responsabilidad social empresarial con los cuales se mejoran los niveles de vida de algunos sectores de la sociedad o la aportación de bienes económicos o materiales a instituciones dedicadas a realizar labores sociales.

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

Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail										
Prof.Maria Lourdes Bruzo	ROL	C A		AS		TU	X	J U			
	CVLAC	5.876.202									
	e-mail	mlbruzco@gmail.com									
	e-mail										

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-AcostaA _LugoXy SalcedoA.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

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

Derechos:

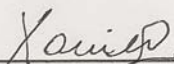
Nosotros los autores de esta investigación cedemos los derechos de Publicación del contenido completo del presente trabajo a la Universidad de Oriente reservándonos los derechos de Autoría del mismo



AUTOR 1

Br. Acosta R, Angélica del V.

C.I: 18.215.158



AUTOR 2

Br. Lugo V, Xavier J.

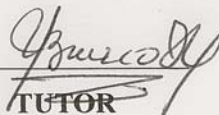
C.I: 17.955.569



AUTOR 3

Br. Salcedo M, Ana Y.

C.I: 18.215.785



TUTOR

Ing. Maria Lourdez Bruzco

C. I: 5.876.202

POR LA SUBCOMISIÓN DE TESIS:
