



UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO SUCRE  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
DEPARTAMENTO DE CONTADURIA  
CURSO ESPECIAL DE GRADO

Diseño Programa De Responsabilidad Social Empresarial  
Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza  
Cumaná – estado sucre  
Periodo: Mayo- Agosto 2012

**Asesor Académico:**

MSc. Cabello Díaz, Cándida

**Autor:**

Henríquez Díaz, Elisama J.

Trabajo de Curso Especial de Grado presentado como requisito parcial  
para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública

Cumaná, Agosto de 2012

UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO SUCRE  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
DEPARTAMENTO DE CONTADURIA  
CURSO ESPECIAL DE GRADO



**Diseño Programa De Responsabilidad Social Empresarial**  
**Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza.**  
**Cumaná – estado sucre**  
**Periodo: Mayo- Agosto 2012.**

**Autor:**

**Henríquez D, Elisama J. C.I: 18.904.106**

Trabajo de Curso Especial de Grado aprobado en nombre de la Universidad de Oriente, Núcleo Sucre, por el siguiente jurado calificador en la ciudad de Cumaná a los ocho (8) días del mes de Agosto de 2012.

**Prof. Cándida Cabello Díaz**

**C. I. 5.187.997**

**Prof. María Patiño**

**C.I. 5.693.604**

# INDICE

	<b>PAG.</b>
DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	iii
INDICE DE TABLAS .....	v
INDICE DE FIGURAS.....	vii
RESUMEN.....	viii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPITULO I: Problema y Metodología de la Investigación.	
1.1 Planteamiento del Problema. ....	5
1.2 Objetivos de la Investigación: .....	8
1.2.1 Objetivo General:.....	8
1.2.2 Objetivos Específicos: .....	8
1.3 Justificación .....	8
1.4 Metodología de la Investigación.....	9
1.4.1 Marco Metodológico: .....	9
1.4.2 Diseño de la Investigación:.....	10
1.4.3 Nivel de la Investigación: .....	10
1.4.4 Población y Muestra: .....	11
1.4.5 Fuentes de Información: .....	11
1.4.7 Análisis e Interpretación de los Resultados .....	13

## CAPITULO II: Marco Teórico

2.1 Aspectos Generales de la Responsabilidad Social Empresarial. ....	14
2.1.1 Antecedentes .....	14
2.1.2 Responsabilidad Social .....	15
2.1.3 Responsabilidad Social Empresarial.....	15
2.1.4 Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.....	16
2.1.5 Características de la Responsabilidad Social Empresarial .....	17
2.1.6 Vertientes de la Responsabilidad Social Empresarial.....	18
2.1.7 Beneficios y ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial.....	19
2.1.8. Alcance de la Responsabilidad Social Empresarial .....	20
2.1.9. Principios Éticos ligados a la Responsabilidad Social Empresarial. ....	22
2.2 Áreas de compromiso de la Responsabilidad Social Empresarial. ....	23
2.3 Programas .....	26
2.3.1 Tipos de Programas .....	26
2.3.2 Aspectos generales del diseño del Programa de Responsabilidad Social Empresarial .....	28
2.3.3 Implementación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial.	31
2.3.4 Importancia de la aplicación de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial. ....	32
2.3.5 Esquema metodológico para la realización de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial.....	33

## CAPITULO III: Presentación y Análisis de Resultados

3.1. Presentación .....	38
-------------------------	----

CAPITULO IV: Aspectos Generales del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza y Propuesta de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dirigido al Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza

4.1. Banco Bicentenario.....	54
4.1.1 Reseña Histórica. ....	54
4.1.2 Misión. ....	55
4.1.3 Visión.....	56
4.1.4 Valores Organizacionales .....	56
4.1.5. Estructura organizacional del Banco Bicentenario .....	58
4.1.6. Funciones que desarrollan los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza .....	59
4.1.7 Listados de Agencias en el Estado Sucre.....	60
4.2 Propuesta de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para el Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza. ....	62
4.2.1. Introducción .....	62
4.2.2 Objetivos del Programa de Responsabilidad Social Empresarial del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza.....	63
4.2.3 Objetivo General del Programa de RSE: .....	63
4.2.4 Objetivos Específicos del Programa de RSE:.....	63
4.2.5 Exposición de Motivos: .....	64
4.3 Factibilidad de la Propuesta.....	64
4.3.1 Factibilidad Económica. ....	64
4.3.2 Factibilidad Social. ....	65

4.3.3 Factibilidad Institucional. ....	65
4.3.4 Factibilidad Técnica Operativa.....	65
4.4 Programa Propuesto.....	66
CONCLUSIONES .....	69
RECOMENDACIONES.....	71
BIBLIOGRAFÍA .....	73
APENDICE.....	76
HOJA DE METADATOS .....	83

## DEDICATORIA

Hoy cuando culmina una etapa más de mi vida, la cual me llena de orgullo y satisfacción, un camino que se abre para trazar y alcanzar nuevas metas, quiero compartir y dedicarles a las personas que incondicionalmente siempre han estado a mi lado a todos mis seres queridos, quisiera dedicar mi éxito:

A Dios por ser mi fuente de fe, mi guía, mi fortaleza, mi fiel y más grande amigo, por darme salud y fuerza para superar todos los inconvenientes que han surgido a lo largo de toda mi vida.

A mis padres Nancy Díaz y José Henríquez, por todos los valores y principios que me han inculcado, 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 este logro también es de ustedes.

A mi hijo Ángel L, Frontado quien es mi fuente de energía y paz, solo tú sabes dar en medio de tus tiernos abrazos felicidad e inmenso amor, eres el Ángel que me inspira a seguir adelante y vencer todo obstáculo, te Amo hijo.

A mi esposo Luis Frontado por estar a mi lado en todos los momentos difíciles dándome y brindándome todo el apoyo necesario para culminar mi carrera, por tu cariño y comprensión, por tu confianza. Gracias, te Amo.

A mis hermanas, para que este esfuerzo les sirva de ejemplo para seguir adelante y no darse por vencidas para que continúen adelante sin miedo a las barreras y que si pueden lograr las metas que se tracen.

A la memoria de mi tío Víctor (Q.E.P.D.), con quien compartí gratos momentos porque más que mi tío fue mi “Padre” sus sabios consejos dieron a mi vida un gran motivación, estoy convencida que estarías muy orgulloso de mi.

*Elisama Henríquez*



## **AGRADECIMIENTO**

La culminación de una de mis más anheladas metas, me llena de gran orgullo, y satisfacción, por eso en este momento tan importante de mi vida dedico este triunfo a las personas que sinceramente estuvieron a mi lado, en los buenos y malos momentos, brindándome confianza, solidaridad, amistad, apoyo y amor.

En primer lugar a Dios porque me ha dado salud, y la sabiduría para cumplir este primer gran logro en mi vida.

La MSc. Cándida Cabello Díaz, por toda su paciencia, disponibilidad y comprensión para orientarme y guiarme en el logro de este objetivo. Porque sin sus recomendaciones y sus sabios consejos no habiéramos podido lograrlo, mi gran agradecimiento a usted.

A la Universidad y a los Profesores de la Universidad de Oriente, que a lo largo de mi carrera me proporcionaron las herramientas válidas para formarme como profesional en especial a: Fernando Gómez y Gina Ortiz que Dios los bendiga.

A los empleados del Banco Bicentenario, quienes me permitieron realizar este trabajo en esta institución y me brindaron unos minutos de su tiempo para facilitarme información, y sin los cuales no habiéramos podido concretar y culminar de manera satisfactoria la realización de esta investigación.

Al Sr. Rafael Lemus por su valioso apoyo, colaboración y aportes para culminar satisfactoriamente esta investigación mil gracias a usted....

A mis Compañeros de la Alternativa a todos gracias por ser parte de este logro y por su apoyo durante este proyecto. En especial para mi amiga Virginia Campos quien fue muy atenta y siempre estuvo pendiente de mí, me brindo su ayuda incondicional a ti mil gracias.

A mis amigos más cercanos, quienes me han brindado su amistad incondicional, y compañeros de estudios Marquina Margaret, Herrera Jonathan, Cedeño Eglis, Fuentes Francelys, ÑañesJesmary, Virginia Campos, todos y cada uno de ellos que de alguna u otra forma han puesto su granito de arena para que hoy en día yo pueda cumplir mi objetivo, gracias por los gratos momentos compartidos. A ustedes les doy mis más sinceros agradecimientos.

*Elisama Henríquez*

## INDICE DE TABLAS

PÁG.

TABLA N° 1. Distribución absoluta y porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación al conocimiento del significado de Responsabilidad Social Empresarial.....	39
TABLA N° 2. Distribución absoluta y porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación, a las palabras asociadas al significado de Responsabilidad Social Empresarial.....	40
TABLA N° 3. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, relacionados a los beneficios otorgados por la Institución según lo establecido en la ley.....	41
TABLA N° 4. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, relacionando si la Institución brinda capacitaciones continuas a los empleados.....	42
TABLA N° 5. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación a los tipos de capacitación ofrecidas por la Institución para los empleados. ....	43
TABLA N° 6. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, señalando si la Institución les proporciona a los empleados el mobiliario e infraestructura apropiada para trabajar cómodamente. ....	44
TABLA N° 7. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario Agencia, Cumaná Plaza, indicando si el sueldo que perciben los empleados satisfacen sus necesidades y las de su familia.....	45

TABLA N° 8. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, indicando si la Institución realiza acciones de apoyo a la comunidad.....	46
TABLA N° 9. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación, las acciones o programas llevados a cabo por la Institución.....	47
TABLA N° 10. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación a si se consulta con los empleados para realizar acciones y/o programas llevados a cabo por la Institución para la comunidad .....	48
TABLA N° 11. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación con los principios aplicados por el Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza .....	49
TABLA N° 12. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, indicando si la institución participa en alianza con otras organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.....	50
TABLA N° 13. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, indicando a cuales de las áreas señaladas deben ser dirigidos los recursos.....	51
TABLA N° 14. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, indicando los eventos sociales que promueve la Institución Financiera.....	52
TABLA N° 15. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, manifestando sus emociones al decir que son empleados del Banco Bicentenario.....	53
TABLA N° 16. Agencias del Banco Bicentenario distribuidas en el estado Sucre....	60

## INDICE DE FIGURAS

**PÁG.**

FIGURA N° 1 Áreas de Compromiso de RSE .....	24
FIGURA N°2 Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza.....	59

UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO SUCRE  
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
DEPARTAMENTO DE CONTADURIA  
CURSO ESPECIAL DE GRADO



**Diseño Programa De Responsabilidad Social Empresarial**  
**Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza**  
**Cumaná – estado sucre**  
**Periodo: Mayo- Agosto 2012.**

**Asesora: Cabello Díaz, Cándida      Autor: Henríquez Díaz, Elisama J**

**RESUMEN**

Las organizaciones utilizan estrategias para enfrentarse a sus competidores, establecen programas, políticas y lineamientos que les permita aumentar su competitividad, lo que representa herramientas importantes para alcanzar el éxito en la organización. El objetivo propuesto en esta investigación corresponde a Diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial dirigido al Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza. Cumaná, estado Sucre para el período mayo –agosto 2012. El trabajo desarrollado constituye un aporte y orientación a la institución financiera, al considerar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un 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. Esta investigación se estructuró de acuerdo a un diseño de campo, se recolectó la información de forma directa a la realidad en el lugar donde se desarrolla el problema es decir en el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza. La información se recolectó mediante la siguiente técnica: el cuestionario con quince (15) preguntas cerradas, con respuestas alternativas de selección única y múltiple. Para un mejor análisis e interpretación de los resultados, Los resultados que se obtuvieron durante la investigación de este trabajo se presentan a través de cuadros. Se describe el programa que es de vital importancia para contrarrestar las debilidades encontradas, mantener las fortalezas identificadas y resolver la problemática planteada en la institución. Como conclusión relevante se destaca que es una necesidad del Banco Bicentenario iniciar cuanto antes un programa con políticas de RSE, dirigido a la comunidad, donde participen los trabajadores de la empresa, con el fin de lograr la integración, empresa- comunidad.

**Palabras o frases claves:** Responsabilidad Social Empresarial, Empresas Socialmente Responsable.

## INTRODUCCIÓN

En un mundo tan cambiante como el de hoy, las organizaciones siempre necesitan estar a la vanguardia para poder competir y estar en pie firme frente al mercado globalizado. La globalización requiere de gran competitividad y más aún, cuando el factor económico en el mundo no es estable.

Las organizaciones utilizan estrategias para enfrentarse a sus competidores, establecen programas, políticas y lineamientos que les permita aumentar su competitividad, lo que representa herramientas importantes para alcanzar el éxito en la organización. Ellas necesitan desarrollar políticas que definan a una empresa socialmente responsable, que busquen satisfacer las necesidades de los trabajadores que son parte fundamental del desarrollo de los procesos organizacionales así como de los otros actores que representan sus grupos de interés.

Es por ello que el gerente de hoy debe entender que para lograr el progreso continuo debe trabajar en conjunto con los empleados de la organización, son estos quienes van a permitir el logro de los objetivos de tal manera que cuando la empresa satisface las necesidades de sus empleados, la organización también va a resultar beneficiada porque el resultado de la motivación de sus empleados se verá reflejada al ser más eficiente en sus labores.

En relación al tema, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es la manera que tienen las empresas de involucrarse con el medio que los rodea y así corresponder a las oportunidades que éste y la sociedad le han proporcionado. Lo que permite visualizar la responsabilidad social de las empresas como un instrumento de valor que involucra el desarrollo de los agentes que la rodean y participan en ella directa o

indirectamente como lo son empleados, clientes, proveedores, socios y la comunidad en general.

En este sentido, la responsabilidad social empresarial propicia la acción socialmente responsable con la finalidad de contribuir al desarrollo sostenible, logrando generar mayor lealtad o interés sobre su permanencia en operaciones lo que se traduce en rentabilidad en las mismas.

En consecuencia, las organizaciones se han abocado, no sólo a cumplir con sus objetivos y obtener mayores beneficios en sus inversiones, sino también a labores que les garantice estabilidad a largo plazo y en sostenibilidad en el tiempo.

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 (clientes, 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 globalizada.

Por lo tanto, La Responsabilidad Social Empresarial es una medida utilizada por las empresas para contribuir al desarrollo de la sociedad. Las empresas al asumir esta responsabilidad, favorecen a diferentes sectores mediante sus programas sociales, como es el caso de las empresas de servicios, específicamente las entidades financieras.



Por esta razón, la presente investigación se orientó a diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial, dirigido al Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza; Cumaná- estado Sucre, para el Período Mayo – Agosto 2012.

Para el logro del mismo, la investigación quedó estructurada en cuatro (4) Capítulos, los cuales se especifican a continuación:

**Capítulo I:** se presenta el problema y sus generalidades, incluyendo el planteamiento del mismo, los objetivos (general y específicos) la justificación, y los aspectos constitutivos del marco metodológico, como lo son: el diseño y nivel de la investigación, población y muestra, fuentes de información, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas de procesamiento y análisis de datos.

**Capítulo II:** está conformado por los aspectos generales de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), abordando la definición del término RSE, importancia, características, enfoques de la RSE, alcance de la RSE, áreas de compromiso de la RSE, los principios éticos de la RSE; seguido por las nociones básicas del diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (PRSE), es decir, definición de PRSE, tipos de PRSE, diseño PRSE, implementación del PRSE, y la metodología para la realización de un Programa de Responsabilidad Social.

**Capítulo III:** aborda el análisis de los resultados del instrumento aplicado (cuestionario) a los empleados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, el cual está dirigido a reflejar toda la información necesaria para el Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para el Banco Bicentenario, Banco universal.

**Capítulo IV:** Engloba los aspectos generales del Banco Bicentenario, Banco Universal, reseña histórica, misión, visión, valores, estructura. Abarca también los lineamientos para la aplicación del Programa de Responsabilidad Social Empresarial (PRSE) la cual consta de los objetivos de programa, la factibilidad del programa y la propuesta del programa.

# **CAPITULO I:**

## **PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

### **1.1 Planteamiento del Problema.**

En la actualidad la globalización exige a las empresas una gran competitividad, los cambios que diariamente surgen en el mundo influyen notoriamente en el diario accionar de cada empresa. Los factores productivos deben trabajar de forma eficaz para imponer la diferencia entre las empresas y lograr los objetivos. A propósito de esto, 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, para enfrentar los desafíos, se deba involucrar al factor clave, es decir, la gente que en ella participa con la finalidad de alcanzar objetivos organizacionales que en este mundo tan cambiante son cada vez más exigentes.

Por otro lado, las empresas en su papel proactivo hacia la comunidad, deben integrar como concepto primordial, que no sólo es permisible el ejercicio de tener negocios rentables, productivos y sustentables, sino más bien, buscar enriquecer a través de las personas que la dirigen, una actitud de responsabilidad social hacia su entorno, haciendo inversiones en proyectos sociales y comunitarios que beneficien el desarrollo sustentable.

Desde allí parte la idea de un nuevo desafío gerencial y estratégico que abarca la Responsabilidad Social interna y externa de las organizaciones, y que a su vez permite promover con sus resultados la nueva manera de pensar en una inversión

social que vaya más ligada a una transformación dirigida a generar capacidades en los individuos y grupos organizados que conforman la comunidad, que les permita acceder a mayores posibilidades en mejorar su calidad de vida. Además estén acordes al cuidado del medio ambiente, o sean perdurables en el tiempo.

La Responsabilidad Social en América latina ha estado caracterizada principalmente por actividades filantrópicas y de alcance muy puntual, la poca regulación por parte del Estado en cuanto a los deberes de la empresa con la comunidad que la rodea así como las características paternalistas dentro del panorama latinoamericano son las características que van a determinar la gestación y desarrollo de las iniciativas socialmente responsables. A pesar de ello encontramos países que han desarrollado fuertes intentos de creación de líneas de responsabilidad social solidas tales como Brasil y Uruguay, sobre todo en los últimos años en las cuales dichas prácticas han encontrado resonancia.

Así mismo, de acuerdo con lo anteriormente planteado, el ambiente que describe la responsabilidad social empresarial en Venezuela ha evolucionado referente al tema pero aun presenta fallas en su aplicación ya que es notorio el poco apoyo de las organizaciones para mejorar la situación social del país.

En Venezuela, muchas empresas han adoptado formas de ejercer la Responsabilidad Social, las principales empresas que llevan Programas de Responsabilidad Social son: Electricidad de Caracas, CANTV, Movistar, Polar, PDVSA, Banca Nacional, entre otras. Estas empresas en cumplimiento de los estatutos ejecutan proyectos dirigidos a los sectores menos favorecidos de la población para así contribuir a mejorar la calidad de vida del venezolano.

Por otro lado, las empresas tanto públicas como privadas adquieren una imagen social destacada cuando proveen bienestar social a las comunidades.

El concepto de responsabilidad social, cobra fuerza dentro de las organizaciones, particularmente se debaten entre las empresariales donde su implementación ya es obligado. Organismos públicos y privados así lo han entendido

Actualmente las instituciones financieras se han incorporado a programas e iniciativas de responsabilidad social empresarial como estrategia que beneficia a las organizaciones dirigiéndolas al logro de sus objetivos, en donde el factor primordial para obtener buenos resultados de las metas propuestas es el elemento humano.

De esta realidad no escapa el Banco Bicentenario, donde se encontró la posibilidad de realizar la presente investigación, que consiste en Diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial que pueda ser aplicado por el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza donde la debilidad que se detectó es que no existe un Programa de Responsabilidad Social en esta institución financiera que le permita a la organización estar a la vanguardia con este nuevo concepto que va mucho más lejos de las exigencias legales y la economía, ésta busca el logro de objetivos a largo plazo que vayan en pro del beneficio de las comunidades y de esta manera convertirse en una empresa que fortalezca su capacidad de contribuir al éxito del país. En consecuencia se plantearon las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los aspectos generales que caracterizan al Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza?

¿Cuáles son las áreas relacionadas con la RSE que implementa el Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza?

¿Cómo podría estructurarse un programa de RSE para el Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza?

## **1.2 Objetivos de la Investigación:**

### 1.2.1 Objetivo General:

Diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial dirigido al Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza. Cumaná, estado Sucre para el período mayo – agosto 2012.

### 1.2.2 Objetivos Específicos:

- Describir los factores que involucran la Responsabilidad Social Empresarial.
  
- Determinar las acciones de Responsabilidad Social Empresarial aplicadas por el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza para con sus grupos de interés.
  
- Diagnosticar el status del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza en cuanto a la realización de acciones que determinen su actuación enmarcada en la RSE.
  
- Proponer un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza.

## **1.3 Justificación**

El motivo de la realización de este trabajo obedece a varias razones, la principal es el diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (PRSE) para el Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza, que se hace necesario por cuanto “la justificación de la investigación indica el por qué de la investigación, las razones por

las cuales se realiza la investigación y sus posibles aportes desde el punto de vista teórico o práctico” (Arias 1999. pág.13).

La presente investigación servirá para estudios futuros relacionados al caso y de ser tomado en consideración, permitirá a la institución financiera, Banco Bicentenario fortalecer sus debilidades y ser más competitivo.

En lo práctico, el trabajo desarrollado constituye un aporte y orientación a la institución financiera, al considerar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un 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.

#### **1.4 Metodología de la Investigación.**

##### 1.4.1 Marco Metodológico:

Según Arias; (2006 pág. 110), “la metodología del proyecto incluye el tipo o tipos de investigación, las técnicas y los procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el "cómo se realizará el estudio para responder al problema planteado”.

De acuerdo con lo antes planteado este capítulo está conformado por el tipo de investigación, nivel de investigación, las técnicas de recolección de datos, población y muestra, fuentes de la información, técnicas de análisis e interpretación de los resultados.

#### 1.4.2 Diseño de la Investigación:

Arias, (2006 pág. 26), define el diseño de investigación como “la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado”. Así mismo, define el diseño de la investigación de campo de la siguiente manera:

Es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna. Es decir se encuentra caracterizada por obtener los datos de primera mano, sin que exista la posibilidad de controlar alguna variable.

El diseño de la investigación requiere de estrategias de acción, es por ello que para el diseño de este trabajo se llevó a cabo una investigación de campo de conformidad con la definición de Arias. De campo ya que se recolectó la información de forma directa a la realidad en el lugar donde se desarrolla el problema para Diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial aplicado por el Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza.

#### 1.4.3 Nivel de la Investigación:

Arias (2006: pág. 23) señala que: “El nivel de investigación se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio” y de acuerdo a lo mencionado anteriormente, tenemos que el nivel de investigación se clasifica en: exploratoria, descriptiva y explicativa.

En este sentido el nivel de esta investigación es de tipo descriptivo, de la cual Tamayo, (2004: pág. 54) indica:

La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de hechos y su característica fundamental es la de presentarnos una identificación correcta. Las investigaciones descriptivas utilizan



criterios sistemáticos que permiten poner de manifiesto la estructura o el comportamiento de los fenómenos en estudio, proporcionando de ese modo información sistemática y comparable con la de otras fuentes.

Este concepto se corresponde con el objetivo de este estudio, que fue diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial aplicado para el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza.

#### 1.4.4 Población y Muestra:

Para Arias, (2006: pág. 81), la población: “es el conjunto finito o infinito de elementos con características comunes, para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”, es decir, el universo para el cual se darán conclusiones a las personas o instituciones involucradas en la investigación; mientras que la muestra, él mismo autor la define como “el subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible, es decir, es una parte de la población o universo objeto de estudio”.

La población, en esta investigación estuvo representada por todos los empleados que laboran en el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, quienes facilitaron la información (12 personas), por cuanto se trata de una población finita y pequeña la muestra comprende la misma población que labora en la institución financiera. Es decir, que la población y la muestra está conformada por los (12) trabajadores de la entidad.

#### 1.4.5 Fuentes de Información:

La palabra fuente significa el lugar de donde proviene algo, su origen o procedencia; se refiere al principio, fundamento o causa de una cosa. En el campo de la investigación racional se alude al documento, obra o elemento que sirve de

información o dato para el desarrollo de la misma, estas se clasifican en fuentes primarias y secundarias.

- **Fuentes Primarias:**

Sabino (1986: pág. 130) define a las fuentes primarias como “aquéllas que se obtienen directamente a partir de la realidad misma, sin sufrir ningún proceso de elaboración previa”. Es decir, aquella que genera, contiene, transfiere o suministra información original resultante de un proceso intelectual de investigación, creación o desarrollo.

- **Fuente de información secundaria:**

Según Sabino (1986: pág. 130), las fuentes secundarias “son registros escritos que proceden también de un contacto con la práctica pero que ya han sido recogidos y muchas veces procesados, por otros investigadores”. Contienen información primaria reelaborada, sintetizada y reorganizada, o remiten a ella.

En esta investigación se utilizaron fuentes primarias, ya que se obtuvo la información de manera directa de los empleados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza y fuentes secundarias, debido a que se recabó información de libros, páginas web, Tesis de Grado, Trabajo de Ascenso, etc.

#### 1.4.6 Técnicas e Instrumentos de Recolección de datos:

Según Arias, (1999: pág. 25), “las técnicas de recolección de datos son las distintas maneras de obtener la información” y “los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información”. Arias las clasifica en encuestas y entre ellas se encuentran las entrevistas y el cuestionario (Obt. Cit. 25)

Según Hernández y otros (2000: pág. 391), el cuestionario “es un instrumento utilizado para recolectar datos que consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir”.

El instrumento aquí utilizado permitió recoger información relevante que sirvió de soporte para diseñar el Programa de Responsabilidad Social Empresarial (PRSE) del Banco Bicentenario. Se elaboró un cuestionario con quince (15) preguntas cerradas, con respuestas alternativas de selección única y múltiple, según el caso.

#### 1.4.7 Análisis e Interpretación de los Resultados

Según Arias (1999: pág. 25), “en este punto se describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso”.

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.

## **CAPITULO II: MARCO TEÓRICO**

### **2.1 Aspectos Generales de la Responsabilidad Social Empresarial.**

#### 2.1.1 Antecedentes

Desde el siglo XIX, muchos empresarios venezolanos han dejado rastros históricos de importantes contribuciones sociales, sin embargo, se trataba más de una práctica espontánea y caritativa que del ejercicio sistemático de la responsabilidad social.

Referente a lo antes mencionado se han realizado investigaciones a nivel mundial con relación al tema de Responsabilidad Social Empresarial y cómo diseñar un programa de la misma, en cuanto a esto se tomo como referencia aquellas investigaciones realizadas en Venezuela, específicamente en el estado Sucre de las cuales se nombran las siguientes:

Figuera y Salazar (2012) en su tesis **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA LA EMPRESA LICORERIA LA FLORIDA, C.A. CUMANÁ – ESTADO SUCRE. PERIODO: NOVIEMBRE 2011- MARZO 2012**, y su Objetivo General fue Diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para la empresa Licorería Florida, C.A. en Cumaná – estado Sucre, para el periodo: Noviembre 2011 a Marzo 2012, en la cual obtuvieron como conclusión que la empresa debe implementar el Programa de RSE propuesto para que sea reconocida como ética y socialmente responsable y se le hicieron recomendaciones y propuestas que permitieran resolver la problemática de estudio

Mientras que Arcia y Vásquez (2012) en su investigación ANÁLISIS DE LA GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL SINDICATO ÚNICO DE LOS EMPLEADOS PÚBLICOS DE LOS PODERES LEGISLATIVO Y EJECUTIVO DEL ESTADO SUCRE (SUEPPLES). PERIODO: NOVIEMBRE 2011 – MARZO 2012. Obtuvieron una serie de conclusiones y recomendaciones, como es que SUEPPLES no cumple con lo establecido en la contratación colectiva y enfatiza el hecho que SUEPPLES no pueda ser reconocido como éticamente responsable. Se les recomendó activar los programas, acciones o toma de decisiones que fomenten entre sus afiliados la Responsabilidad Social sirviendo a su vez de modelo a seguir con sus acciones y disposiciones para SUEPPLES que pueda ser reconocido como éticamente responsable.

#### 2.1.2 Responsabilidad Social

Chiavenato, (2002: pág. 124) conceptualiza la Responsabilidad Social como “el grado de obligaciones que la organización asume a través de acciones que protejan y mejoren el bienestar de la sociedad, a medida que trata de alcanzar sus propios objetivos. Se refiere al grado de eficiencia y eficacia de una organización para asumir sus responsabilidades sociales”. Es decir que una empresa es socialmente responsable siempre y cuando le proporcionen a la sociedad y al medio que lo rodea (trabajadores, proveedores; clientes), beneficios y seguridad para que logren de esta manera, alcanzar una mejor calidad de vida.

#### 2.1.3 Responsabilidad Social Empresarial.

Para Robbins y Coulter, (citado por Guzmán, 1994: pág. 12), “Es la obligación que va más allá de la requerida por la ley y la economía que tiene una compañía, de buscar metas a largo plazo que sean benéficas para la sociedad”. Mientras que Stoner

(citado por Guzmán) señala que la “Responsabilidad Social de la empresa es lo que hace una organización para influir en la sociedad en la que existe” (ob. Cit. pág 12).

#### 2.1.4 Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial.

Cabello (material didáctico; 2006, s/p):

Los empresarios han entendido que la Responsabilidad Social Empresarial es una nueva y novedosa forma de hacer negocios que aporta beneficios más allá de la eficiencia económica, que puede ser una herramienta que mejore la competitividad empresarial, que además puede convertirse en un instrumento valioso para crear compromisos con la comunidad donde hace negocios, apoyándose en un dialogo abierto que permite escuchar y responder a expectativas razonables de sus grupos de interés.

Según lo establecido por la autora, la Responsabilidad Social es una estrategia de negocios, es un instrumento de valor integrado a la comunidad donde se desenvuelve

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, su conceptualización ha evolucionando, es ahora para las empresas una estrategia de negocios integrado a la comunidad donde se desenvuelve. La Responsabilidad Social es importante en una empresa o institución, pero no debe ser vista como un gasto social que ha de pesar en la rentabilidad de la empresa. Hay estudios que evidencian que las empresas reconocidas por su desempeño social son más competitivas que las indiferentes al tema de la responsabilidad social, sus productos son más aceptados en el mercado por la simpatía que despierta.

### 2.1.5 Características de la Responsabilidad Social Empresarial

Dentro de las características de la RSE, encontradas en la página <http://www.otromundoesposible.net/responsabilidadsocialcorporativa/rsc6caracteristicas-rse-america-latina>, consultado el 16-07-2012 se pueden destacar los siguientes aspectos:

- a) **Absorción de los problemas sociales:** educación, comunidad y medio ambiente, son las áreas que trabajan más los ejecutivos desde las empresas.
- b) **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.
- c) **RSE interna en estado embrionario:** la RSE inició sus pasos de la mano del modelo filantrópico, mayoritariamente. Eso provocó 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.
- d) **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 fuerza los programas de negocio inclusivos.

- e) **Capacidad para innovar:** en América Latina la innovación fluye sabemos resolver los problemas con rapidez y readaptarnos al cambio en tiempos de crisis. En la gestión de la RSE también hay lugar para esto, sólo hace falta desarrollarlo más. Muchas acciones de responsabilidad social en empresas latinoamericanas pueden ejecutarse prácticamente a cero costos.

#### 2.1.6 Vertientes de la Responsabilidad Social Empresarial

Existen matices y diferencias con lo cual se hace posible una clasificación de las gestiones de responsabilidad social. Según la Asociación de Empresas Vascas para la Sostenibilidad (Izaite, 2006) citando al libro verde de la U.E (2001 pág. 15) la Responsabilidad Social Empresarial tiene dos vertientes.

- **La dimensión interna**, que contempla la empresa desde el interés social y por lo tanto tiene que ver aspectos claves de la gestión de los recursos humanos y de la seguridad laboral. Abarca aspectos tales como la inversión en recursos humanos, la salud y seguridad.
  - a) La gestión de recursos humanos: Es uno de los desafíos más importantes a los que se enfrenta las empresas. Uno de los componentes de la gestión de recursos humanos es atraer trabajadores cualificados y lograr que permanezca en su organización.
  - b) Salud y seguridad en el trabajo: A pesar de que este aspecto en su mayoría es abordado por la legislación laboral, se refiere a las condiciones y beneficios que el patrono provee al trabajador para preservar su salud en el trabajo.



• **La dimensión externa**, referida a las relaciones de la empresa con sus agentes externos y entorno social, la responsabilidad social empresarial abarca un amplio abanico de interlocutores donde estarían sus clientes y proveedores, comunidades locales.

- a) Comunidad: las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades donde se ubican, ofertan empleos, prestación de servicios, así como beneficios adicionales revertido a la sociedad a través de programas de desarrollo, educativo, salud, etc. Así mismo, cada vez que la imagen y reputación de la empresa influye, sin duda, en su competitividad.
- b) Clientes, Proveedor y Consumidores: cada vez más, los clientes tienen en cuenta políticas de responsabilidad social aplicadas por la empresa en colaboración estrecha de la empresa con sus socios, lo que puede redundar en mejoras de costos y aumento de la calidad. Los clientes normalmente valoran de forma muy positiva la interacción de la empresa con su entorno
- c) Derechos humanos: En lo que respecta a los derechos humanos, estos están estrechamente vinculados a las condiciones de trabajo. Así bajo este parámetro, las empresas adoptan “códigos de conducta” que de alguna forma corrigen o eliminan conductas violatorias de los derechos humanos este tipo de actuación o conducta.

#### 2.1.7 Beneficios y ventajas de la Responsabilidad Social Empresarial

En efecto, se ha demostrado según Bussines Social Responsibility Education Fund (BSR) (2000: pág. 5) que la práctica de la responsabilidad social está asociada a una variedad de aspectos que contribuyen a un mayor beneficio para la empresa tales como:

- Contribuye a mejorar el desempeño social de la empresa, racionalizando la distribución de sus recursos destinados a acciones sociales.
- Constituye un instrumento de divulgación hacia diversos públicos de las acciones sociales de la empresa que le permite dar cuenta, de manera sistemática, de su responsabilidad social.
- Mejora la imagen social de la empresa haciéndola más competitiva en términos de ventas, de credibilidad, etc. Es preciso tener en cuenta que siendo los productos relativamente homogéneos como consecuencia de la tecnología, estos pueden gozar de preferencia en el mercado por la imagen de la empresa.
- Permite llegar a constituir un documento de convergencia y consenso para el inicio de un proceso de diálogo con un público más amplio (accionistas, otras empresas, clientes, consumidores finales, proveedores, acreedores, organizaciones de la sociedad civil, organismos no gubernamentales, comunidad local, gobiernos: central y locales, ambientalistas, etc.) convirtiéndola en actor relevante de un proceso de desarrollo social sustentable y concertado.

#### 2.1.8. Alcance de la Responsabilidad Social Empresarial

La Responsabilidad Social Empresarial, 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.

ReynoMomborg, (2008, pág.39) señala los siguientes alcances:

- **Alcance social y de desarrollo:** Se centra en las actividades realizadas por la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa a ésta, cumpliendo con el sentido del deber y considerando en esto a los grupos más vulnerables.
- **Alcance solidario e igualitario:** En esta noción la empresa se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas, en este sentido es que se reconoce la existencia implícita de derechos y deberes, por parte de las empresas y la sociedad.
- **Alcance autorreferencial:** Considera la relación que se produce en la empresa con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa, enfocándose sólo al mercado y visualizando a la empresa como generadora de ganancias.
- **Alcance ético sistémico:** Es una visión integral de la empresa en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus *stakeholder*, es decir, quiénes pueden afectar o ser afectados por las actividades de una empresa o grupos de interés de manera permanente, de ahí el carácter sistemático de esta noción, por considerar las acciones socialmente responsables como permanente en el tiempo.
- **Alcance ético y de valores:** Ésta noción parte a raíz de lo expuesto en los puntos anteriores, considerando la RSE como reflejo de la empresa o las personas que están a cargo de éstas, destacando el énfasis de trabajar bajo valores y difundirlos a todas las áreas, fomentando el surgimiento de una

ética corporativa que va a sustentar el proceso de toma de decisiones en la empresa.

#### 2.1.9. Principios Éticos ligados a la Responsabilidad Social Empresarial.

De acuerdo con Acosta, Lugo y Salcedo (2011 pág. 32), 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. Es decir, la falta de solidaridad es miopía ética-sistémica, no ver al otro como parte de un sistema social humano.
- **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. Es decir, que todas las personas somos iguales indistintamente de los conocimientos adquiridos se debe actuar con imparcialidad.
- **Eficiencia:** Hay que esforzarse por usar las herramientas correctas en cuanto a la conducta humana. La eficiencia implica alcanzar las metas y objetivos propuestos

## **2.2 Áreas de compromiso de la Responsabilidad Social Empresarial.**

Según Guedes, (citado Acosta, Lugo y Salcedo, 2011 pág. 32) 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:

FIGURA N° 1 Áreas de Compromiso de RSE



Fuente: <http://www.centrase.org/main.php?idarea=15>

Esas áreas se explican a continuación:

- a. **Ética Empresarial:** 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.
- b. **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.
- c. **Calidad de vida Laboral:** 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.
- d. **Compromiso con 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.
- e. **Comercialización y 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. (Ofertas no engañosas es una opción importante de marketing responsable).

## 2.3 Programas

Para Koontz, (1998: pág. 784) 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”

### 2.3.1 Tipos de Programas

Para la realización de un programa es necesario tomar en cuenta las siguientes clasificaciones: (Acosta, Lugo y Salcedo, 2011:36-37)

- a) **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 y otros.
- b) **Programa informativo:** Cuando se difunde información sobre personas o acontecimientos locales, nacionales e internacionales, de manera imparcial, veraz y oportuna.
- c) **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.
- d) **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.
- e) **Programa mixto:** el que combine cualquiera de los tipos de programas anteriores enumerados.
- f) **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.

### 2.3.2 Aspectos generales del diseño del Programa de Responsabilidad Social Empresarial

El diseño de un programa de actuación en responsabilidad social de una empresa requiere un proceso metodológico cuidadoso para que su implantación sea un éxito. Por ello, distinguiremos tres etapas:



**Fuente:** [http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/Rev\\_INSHT/2006/37/tp\\_rev\\_37.pdf](http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/Rev_INSHT/2006/37/tp_rev_37.pdf)

**1) Análisis de la situación:** Para implantar con éxito un programa de responsabilidad social es necesario conocer las circunstancias particulares de la empresa y de su entorno y detectar anticipadamente las demandas de la sociedad, por lo que conviene:

- Realizar un análisis histórico. Tener en cuenta, básicamente, el cumplimiento de la reglamentación en prevención, calidad y medio ambiente y estudiar las auditorías realizadas, la política de la empresa y los valores de la cultura empresarial actual.

- Analizar las demandas sociales. Escuchar a todos los grupos que se relacionan con la empresa, los llamados *stakeholders* (accionistas, empleados, directivos, proveedores, puestos de trabajo indirectos, etc.), para evaluar alternativas y propuestas de mejora de las acciones de R.S. y realizar un análisis posterior.
- Estudiar los impactos sociales. Estudiar y evaluar la repercusión de la actividad empresarial en el entorno, tanto en sentido positivo como negativo (el desarrollo comarcal, la contaminación ambiental, el aumento de la cultura por formación interna, etc.).
- Analizar modelos de buenas prácticas en R.S. Analizar las empresas con buenas prácticas y su proceso de desarrollo en R.S., con el fin de ayudar en la evaluación de las posibilidades de éxito del programa.

**2) Evaluación de las responsabilidades sociales de la empresa hacia los trabajadores y la comunidad:** La evaluación de estas responsabilidades es básica para el adecuado desarrollo de un plan de actuación, por lo que consideraremos tres tipos de responsabilidades que deben identificarse:

- Responsabilidades Sociales primarias: Son las inherentes a la actividad específica, como el cumplimiento de la legislación básica y el respeto a los valores éticos principales relacionados con los derechos humanos y con el medio ambiente.
- Responsabilidades Sociales secundarias: Comprenden la incidencia de la actividad específica en el entorno inmediato, como el equilibrio entre la vida laboral y extra laboral, la reinserción del accidentado, la formación permanente, la integración de los discapacitados, etc.
- Responsabilidades Sociales terciarias: Incluyen la mejora del entorno mediante acciones no propias de la actividad específica, como el apoyo

a actividades culturales o artísticas, ayudas por hijos en edad escolar, descuentos, asesoramiento jurídico, etc.

**3) Diseño del programa de actuación:** El programa de actuación en este campo no tiene límites definidos y depende del punto de partida, pero se pueden perfilar unas fases en el diseño del mismo cuya profundidad variará en relación con la naturaleza y los recursos de cada empresa:

- Definición de la política en R.S: La dirección de la empresa debe establecer el código ético que fomente un clima de respeto hacia los valores sociales y que demuestre su compromiso personal, que debe ser al máximo nivel y quedar reflejado en la política y en los programas, asignando los recursos que sean necesarios para su cumplimiento. Este código debe ser conocido por todos los *stakeholders*.
- Elaboración de los programas: A partir de la evaluación de las necesidades, se elaborará el programa de trabajo con los especialistas, considerando los aspectos técnicos de las necesidades detectadas, el diseño del sistema de datos, la preparación de los sistemas de información, la viabilidad de los proyectos, etc.
- Integración de la R.S: En la estructura todos los directivos de las unidades operativas deben estar sensibilizados y comprometidos en el programa y su actuación en cualquier ámbito será coherente con el mismo para contribuir de esta forma a la correcta implantación de los proyectos. Es conveniente constituir un Comité para el tratamiento de estos temas y que exista un responsable del desarrollo de los proyectos.
- Establecimiento de indicadores para la evaluación, seguimiento y control. El establecimiento de criterios de evaluación e indicadores de medida claros y transparentes facilita el imprescindible seguimiento y

control de las acciones realizadas y es imprescindible para el proceso de mejora continua.

- Comunicación de la actuación social. Es indispensable la difusión de las actuaciones realizadas con criterios veraces y transparentes a través de diversos medios de comunicación interna y externa para satisfacer a los grupos de interés, y mejorar la reputación de la empresa.

Finalmente, cabe destacar que cada vez es más evidente que la Responsabilidad Social es un elemento estratégico en la gestión de la empresa que contribuye a generar confianza y mejorar la reputación y la competitividad y, con ello, su capacidad de supervivencia.

### 2.3.3 Implementación de un programa de Responsabilidad Social Empresarial

Hay que mencionar que poner en marcha un Programa de Responsabilidad Social es una tarea que requiere dedicación, reflexión y una mirada de conjunto. Iniciar un esfuerzo en este sentido puede parecer muy retador para quienes apenas se están familiarizando con el término. Algunas pequeñas y medianas empresas pueden sentir que este empeño está más allá de sus posibilidades. Sin embargo, esto no es cierto, la responsabilidad social es un enfoque de gestión que todas las empresas, sin importar su tamaño o el sector del que hagan parte, pueden abrazar.

En este sentido, para ofrecer una ilustración sobre algunos primeros pasos que pueden darse para empezar esta importante tarea, se presentan según Mondy y Noe; (2005, pág. 32) los 9 pasos para implementar un programa de RSE.

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

- b) Se debe establecer una revisión de lo que la empresa está haciendo en ese momento con respecto a la RSE. Se debe determinar la diferencia entre donde está la empresa en el presente y donde desea estar.
- c) Se establecen las expectativas y perspectivas de los accionistas.
- d) Se redacta una declaración de políticas que abarquen áreas de la RSE, como asuntos ambientales, sociales y comunitarios.
- e) Se debe desarrollar una serie de objetivos corporativos y un plan de acción para implantar las políticas.
- f) Deben crearse metas cualitativas y cuantitativas para toda la empresa, indicadores de desempeño clave durante un periodo de dos a cinco años junto con mecanismos necesarios de medición, supervisión y auditoría. Estas acciones y estrategias se deben centrar en los negocios principales de la organización.
- g) Es necesario comunicar la dirección de la RSE en esta empresa a los grupos de interés y a los administradores de fondo.
- h) Se debe determinar el avance del programa de RSE.
- i) Se debe presentar un informe del proceso de este programa. El programa de RSE no debe ser un intento de una sola vez, sino más bien un esfuerzo continuo de supervisión e información de los logros de la empresa en el área de la RS.

#### 2.3.4 Importancia de la aplicación de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial.

La aplicación de la RSE mejora el desempeño financiero, aumenta la lealtad de los consumidores e incrementa la productividad y la calidad, mejora la capacidad para retener y contratar a los mejores empleados y favorece el acceso de 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 repercuten en el mundo empresarial.

### 2.3.5 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, (citado Acosta, Lugo y Salcedo 2011 pág. 38) sugieren un esquema que se considera una aproximación metodológica y lo describe de la siguiente manera:

#### **1. Antecedentes:**

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

#### **2. 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 el 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.

### **3. 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.

### **4. Área Temática:** Seleccionar un área o áreas poco atendidas o 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.

### **5. 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, afrodescendientes, 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.

#### **6. 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.

#### **7. Intensidad:**

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

#### **8. 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.

#### **9. 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.

**10. 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.

**11. Responsables:**

- Definir recursos humanos: operativos en la empresa y los Comités de Apoyo.
- Precisar instancias de decisión involucradas: direcciones, gerencias, comités, entre otros.

**12. 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.

### **13. Comunicación:**

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

## **CAPITULO III: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **3.1. Presentación**

En el siguiente capítulo se presentan, de una forma estructurada y organizada, los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento o guía de preguntas (Apéndice) como método de recolección de información al personal que labora en el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná-Plaza, con el fin de facilitar la comprensión para lograr los objetivos planteados.

El análisis de los datos se planteó a partir de graficas realizando un análisis descriptivo en cada uno de los ítems que fueron considerados para el desarrollo de esta investigación.

En ese sentido, se analizaron los resultados obtenidos tomando en cuenta 15 preguntas las cuales constituían el instrumento de recolección de información, con el fin de elaborar cuadros estadísticos que representan la distribución absoluta y porcentual de cada una de las interrogantes, calificación y sistematización de los resultados de la investigación, para poder ofrecer planteamientos concretos a la empresa, permitiéndole adoptar posiciones y tomar decisiones oportunas y pertinentes para ejecutar y poner en marcha el Programa de Responsabilidad Social propuesto a la empresa.

TABLA N° 1. Distribución absoluta y porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación al conocimiento del significado de Responsabilidad Social Empresarial.

¿Tiene usted algún conocimiento de lo que significa responsabilidad social empresarial?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
SI	11	91,67
NO	0	0,00
N/C	1	8,33
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza

Partiendo de la interrogante planteada sobre el conocimiento de Responsabilidad Social Empresarial por parte de los empleados, del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, de los 12 empleados encuestados, sólo 11 de ellos respondieron esta pregunta que llevado a valores porcentuales significa un 91,67% que afirmó conocer el significado de la temática RSE. Con un 8,33% referente al empleado que no contestó esta pregunta, se puede deducir que no tiene idea o no conoce del tema de RSE; cabe destacar que la mayoría de los empleados de la institución conoce que es Responsabilidad Social Empresarial como estrategia o acciones que toman las empresas para proteger y mejorar el bienestar de la sociedad, ayudando de esta manera a que esta institución sea considerada como una institución socialmente responsable.

TABLA N° 2. Distribución absoluta y porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación, a las palabras asociadas al significado de Responsabilidad Social Empresarial

¿Con cuál de estas palabras la asocia?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
<b>Obligación</b>	1	8,33
<b>Bienestar Social</b>	8	66,67
<b>Bienestar de los trabajadores</b>	2	16,67
<b>Otros</b>	0	0
<b>N/C</b>	1	8,33
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

Al preguntar a los 12 encuestados con que palabras asociaban Responsabilidad Social, solo 11 respondieron. 1 empleado (8,33%) no respondió esta interrogante quizás porque no tenía idea del tema, cabe destacar que esta misma persona pudo ser la que no respondió la anterior interrogante. Llevado estos valores absolutos a valores porcentuales se distribuye de la siguiente manera: un 66,67% (representan 8 empleados) optaron por la respuesta, “bienestar de la sociedad”; 16,67% (2 empleados) marcaron la alternativa “bienestar de los trabajadores” y 8,33 (1 empleado) que indicó asociar la R.S.E con “obligación”; se pudo observar que hay diferencias de opiniones al respecto, entonces se concluye que hay confusiones en el tema de RSE se puede decir que los empleados creen saber de este término, más tienen confusiones del mismo.

TABLA N° 3. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, relacionados a los beneficios otorgados por la Institución según lo establecido en la ley.

¿Identifique cuales de los siguientes beneficios usted recibe que correspondan según la ley?

<b>Ítem</b>	<b>Valor Absoluto</b>	<b>Valor Porcentual %</b>
<b>Vacaciones</b>	0	0,00
<b>Utilidades</b>	0	0,00
<b>Estabilidad Laboral</b>	2	16,67
<b>Otros</b>	0	0,00
<b>Todas la Anteriores</b>	10	83,33
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

En cuanto a los beneficios que reciben los trabajadores según la ley, se les presento algunas variables como vacaciones, utilidades, estabilidad laboral, otros y todas las anteriores. Los 12 encuestados respondieron en su totalidad esta interrogante. Llevándolos a valores porcentuales se distribuyen de la siguiente manera: 16,67% (representan a 2 empleados) admitió poseer estabilidad laboral, mientras que un 83,33% (10 empleados) indicaron recibir todas las anteriores, se puede suponer que el 16,67%, es decir, estos 2 empleados, el Banco Bicentenario les garantiza un empleo estable lo que les da mayor seguridad para permanecer en la institución, en relación al 83,33% da una perspectiva de que la institución cumple con todos los beneficios que son otorgados según la Ley de los cuales todos los empleados tienen derecho a gozar.

TABLA N° 4. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, relacionando si la Institución brinda capacitaciones continuas a los empleados.

¿El Banco Bicentenario brinda capacitación continua al personal?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
SI	2	16,67
NO	10	83,33
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

El 83,33 % (10 empleados) manifestaron no recibir capacitación, mientras que el 16,67% (2 empleados) afirman recibirla, esto permite indicar que el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza no promueve el crecimiento profesional, 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 Institución Financiera Banco Bicentenario, evalúa al personal de acuerdo con las actividades que desempeñan. Con respecto al 16,67% de los empleados que dijo que si recibían capacitación continua, se puede suponer que son empleados que tienen un nivel jerárquico superior a los demás, por lo cual son los únicos que reciben capacitación continua o será que la empresa ha considerado que estos empleados tienen la necesidad de estas capacitaciones.



TABLA N° 5. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación a los tipos de capacitación ofrecidas por la Institución para los empleados.

¿Qué tipo de capacitación le ofrece?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
<b>Charlas o talleres</b>	0	0,00
<b>Cursos</b>	2	16,67
<b>Entrenamiento</b>	0	0,00
<b>Plan de adiestramiento</b>	0	0,00
<b>Crecimiento profesional</b>	0	0,00
<b>Todas las anteriores</b>	0	0,00
<b>Ninguna de las anteriores</b>	5	41,67
<b>N/C</b>	5	41,67
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

Esta interrogante solo fue respondida por 7 de los 12 empleados que fueron encuestados, 5 empleados que representa el 41,67% no respondieron la interrogante, y el 41,67% (5 empleados) que respondieron que no habían recibido ninguna de las capacitaciones nombradas: charlas o talleres, entrenamiento, crecimiento profesional; mientras que el 16,67% (representa 2 empleado) que respondieron que eran capacitados mediante cursos, podemos suponer que estos empleados son quienes en la interrogante anterior dijeron que si recibían capacitaciones, por lo que puedo profundizar que son ellos los únicos que reciben esas capacitaciones. Ante esta situación nace la siguiente interrogante ¿será que el Banco Bicentenario solo les proporciona capacitaciones al mayor nivel jerárquico o es que esa es una política de la empresa, proporcionar capacitación solo al personal de confianza? Los 5 trabajadores que no contestaron el cuestionario se supone que pueden ser empleados

nuevos en la institución además pueden ser algunos de los que en la anterior pregunta manifestaron no recibir capacitación continua.

TABLA N° 6. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, señalando si la Institución les proporciona a los empleados el mobiliario e infraestructura apropiada para trabajar cómodamente.

¿El banco bicentenario proporciona el mobiliario e infraestructura apropiada que le permita trabajar con comodidad?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
SI	10	83,33
NO	2	16,67
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

Según lo presentado en la tabla N° 6, esta interrogante fue respondida por los 12 encuestados y que llevados a valores porcentuales se distribuyen de esta manera, el 16,67% (2 empleados) admitieron no tener el mobiliario adecuado mientras que el 83,33% que representa una mayoría de 10 personas encuestadas afirman que la empresa les proporciona condiciones aptas en cuanto al mobiliario e infraestructura adecuada para la realización de sus actividades, lo que demuestra que la organización es responsable con los empleados al brindar las condiciones de trabajo óptimas para desenvolverse en su entorno laboral. Se supone que los empleados se encuentran satisfechos con las condiciones físicas del entorno de trabajo ya que la institución les brinda un ambiente idóneo y agradable por lo que se supone que ellos realizan su trabajo a gusto, en cuanto al 16,67% que dijo que no, se puede decir que se debe al trabajo que ejecuta, que no amerita las comodidades deseadas por los trabajadores que los ejecutan como es el caso de los cajeros que no poseen una oficina o escritorios cómodos.

TABLA N° 7. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario Agencia, Cumaná Plaza, indicando si el sueldo que perciben los empleados satisfacen sus necesidades y las de su familia.

¿El sueldo que percibe le permite satisfacer sus necesidades y las de su familia?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
SI	5	41,67
NO	7	58,33
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná

Aquí se obtuvo respuesta de los 12 empleados a las cuales fue aplicado la encuesta y llevado a valores porcentuales se distribuyen en: 41,67% (representa 5 empleados) consideran poseer un salario justo que satisface sus necesidades y un 58.33% (7 trabajadores) manifestó que el sueldo que ganan no satisface sus necesidades y las de su familia, siendo este un factor relevante para mantener motivado a los empleados, en cuanto, a este 58,33% lo que se puede concluir es que más de la mitad de los empleados tienen sueldo básico, lo cual no es suficiente para satisfacer sus necesidades ni las de sus familiares, sin embargo, es probable afirmar que esta situación tiene que ver con la realidad inflacionaria en la que se encuentra el país actualmente ya que la inflación anual es mayor a los aumentos de sueldos y salarios, aun cuando los sueldos y salarios de la Banca pública son relativamente más elevados a los correspondientes a la Banca privada. El dinero es un factor básico que desea el trabajador para satisfacer sus necesidades. Los empleados del Banco Bicentenario muestran bajos niveles de satisfacción, consideran que su salario no es justo, no retribuye su esfuerzo y no satisface sus necesidades ni las de su grupo familiar, lo que afecta su desempeño individual dentro de la institución.

TABLA N° 8. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, indicando si la Institución realiza acciones de apoyo a la comunidad.

¿Conoce usted si el Banco Bicentenario realiza acciones de apoyo a la comunidad?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
SI	4	33,33
NO	8	66,67
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

Según lo presentado en la Tabla N° 8, los 12 encuestados respondieron de la siguiente manera, (4 de los empleados) que en porcentaje representa un 33,33% afirma que la empresa realiza acciones de apoyo a la comunidad y un 66,67% (8 empleados) restante indicaron que la institución no realiza acciones de apoyo a la comunidad lo que lleva a decir que el Banco Bicentenario no comunica a sus empleados de estas actividades, se puede suponer que esta institución solo toma en cuenta a los empleados con los cargos más altos, es decir, no toman en cuenta a todos los empleados para acciones importantes por lo que se supone que la institución tiene preferencias, que a la larga podrían perjudicar sus relaciones internas.

TABLA N° 9. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación, las acciones o programas llevados a cabo por la Institución.

¿Cuales acciones y/o programas lleva a cabo el Banco Bicentenario?.

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
<b>Donaciones a hospitales</b>	1	8,33
<b>Donaciones a fundaciones</b>	0	0,00
<b>Jornadas deportivas dirigida a sus empleados</b>	0	0,00
<b>Jornadas de salud hacia sus empleados</b>	0	0,00
<b>Otros</b>	0	0,00
<b>Combinación de las anteriores</b>	6	50,00
<b>N/C</b>	5	41,67
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

En la Tabla N°9, 7 de los 12 encuestados respondieron esta interrogante que llevados a porcentajes representa el 58,33%. 6 de los empleados afirman que el Banco Bicentenario impulsa jornada de salud, jornadas deportivas dirigidas a sus empleados, donaciones a fundaciones y hospitales, es posible que en algún momento participaran en estas actividades, sin embargo el 8,33 representado en valores absolutos por 1 empleado indicó que se realizan donaciones a hospitales, mientras que cinco empleados (41,67) no contestaron esta interrogante lo que evidencia que los empleados desconocen que la institución realiza este tipo de acciones, se concluye que es necesario capacitar aun más a los empleados del Banco Bicentenario sobre todo a los empleados nuevos en la institución en relación al tema de R.S.E además involucrar a los empleados al momento de tomar decisiones para realizar estas acciones. Cabe resaltar el nivel de importancia que tiene el hecho de que una empresa tome decisiones en conjunto con sus empleados

TABLA N° 10. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación a si se consulta con los empleados para realizar acciones y/o programas llevados a cabo por la Institución para la comunidad

¿Para realizar esas acciones o programas de apoyo a la comunidad se consulta a los trabajadores?..

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
<b>A veces</b>	2	16,67
<b>Siempre</b>	0	0,00
<b>Eventualmente</b>	0	0,00
<b>Nunca</b>	9	75,00
<b>N/C</b>	1	8,33
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

De los 12 encuestados solo un empleado (8,33) no contesto la interrogante quizás sea un empleado nuevo en la institución. 18,18% que corresponde a dos (2) empleados recalcaron que en ocasiones (a veces) se les consulta para realizar estas acciones. La interrogante planteada es que son ellos los únicos que pueden intervenir a la hora de tomar decisiones y el 75,00% que representa 8 de los empleados, señalaron que la empresa nunca 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 tomada en cuenta al momento que la empresa emprenda cualquiera de sus tareas o actividades fortaleciendo a la organización y comprometiendo a sus trabajadores en el cumplimiento de sus actividades.

TABLA N° 11. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, en relación con los principios aplicados por el Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

¿Cuáles de los siguientes principios son aplicados por el Banco Bicentenario?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
<b>Responsabilidad Social</b>	3	25,00
<b>Sensibilidad social</b>	0	0,00
<b>Trabajo en equipo</b>	7	58,33
<b>Flexibilidad</b>	1	8,33
<b>Combinación de las anteriores</b>	1	8,33
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

Según lo presentado en la Tabla N° 11, 58,33% de los trabajadores, es decir 7 trabajadores reconocen que la empresa aplica los principios de trabajo en equipo mientras que el 25% (3 empleados) reconocen la responsabilidad social como uno de sus principios, un (8,33%) dijo que la flexibilidad. Se puede decir que los trabajadores no conocen a cabalidad todos los principios ya que todos los mencionados corresponden a los de la institución financiera y como se demuestra en la opción combinación de los anteriores solo 1 empleado en valores porcentuales 8,33% indicó esta opción, quizás este empleado pertenezca a un alto cargo en la institución por lo que tiene conocimiento de estos principios. Es importante señalar que 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 para cumplir con ningún compromiso social.

TABLA N° 12. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, indicando si la institución participa en alianza con otras organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad.

¿El Banco Bicentenario genera y/o participa en alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
SI	3	25,00
NO	9	75,00
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

Según lo presentado, el 75% que en valores absolutos representan a 9 de los encuestados, sostienen que la institución no establece alianzas con organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a las comunidades, sin embargo, un 25% equivalente a 3 empleados afirma que realiza dichas alianzas, lo que lleva a decir que la institución no comunica continuamente al personal o solo lo hace a los más altos niveles gerenciales ya que se puede evidenciar que esta institución realiza alianzas con otras instituciones como lo es “juega terapia” que trata sobre hacer donaciones de equipos de computación tecnológicos a fundaciones.



TABLA N° 13. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, indicando a cuales de las áreas señaladas deben ser dirigidos los recursos.

¿Hacia cual de las siguientes áreas cree usted que se deben dirigir los recursos?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
Salud	2	16,67
Educación	0	0,00
Recreación	0	0,00
Deporte	1	8,33
Combinación de las anteriores	9	75,00
Otros	0	0,00
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

La Tabla N° 13 indica las opiniones dadas por los encuestados donde con un 16,67% equivalente a 2 de los empleados, indican que los recursos deben dirigirse a la salud y un 8,33% que representa a 1 empleado respondió que al deporte, mientras que una mayoría del 75% que representa 9 empleados, consideran que se deben existir un equilibrio al dirigir recursos a cada una de las áreas mencionadas, es decir, al deporte, educación, recreación, y salud ya que estas son áreas poco atendidas por los entes gubernamentales y de esta manera la institución aporta al desarrollo económico del país.

TABLA N° 14. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, indicando los eventos sociales que promueve la Institución Financiera.

¿Cuáles de estos eventos sociales promueve el Banco Bicentenario para con sus empleados?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
<b>Día del trabajador</b>	2	16,67
<b>Día de las madres</b>	1	8,33
<b>Día del niño</b>	1	8,33
<b>Fiestas navideñas</b>	1	8,33
<b>Otros</b>	0	0,00
<b>Ninguna de las anteriores</b>	7	58,33
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

En relación a los eventos sociales que promueve el Banco Bicentenario un 16,67% (2 empleados) respondieron que se celebra el día del trabajador, esto quizás se deba a que fueron los únicos tomados en cuenta para realizar este evento porque pertenecen al mayor nivel jerárquico. Sobresale la opinión dada por 7 trabajadores (58,33) que dijeron que no se toma en consideración eventos sociales como día de la madre, día del niño, fiestas navideñas, lo que es importante en toda organización para mantener a sus empleados motivados. Entonces se concluye que el Banco Bicentenario no promueve eventos sociales entre sus trabajadores.

TABLA N° 15. Distribución porcentual de las opiniones emitidas por los encuestados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, manifestando sus emociones al decir que son empleados del Banco Bicentenario.

¿Qué siente cuando dice “soy empleado del Banco Bicentenario”?

Ítem	Valor Absoluto	Valor Porcentual %
<b>Felicidad</b>	0	0,00
<b>Tristeza</b>	1	8,33
<b>Satisfacción</b>	8	66,67
<b>Comodidad</b>	2	16,67
<b>Orgullo</b>	1	8,33
<b>Total</b>	12	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza

Reflexionando las opiniones de los empleados en cuanto a qué siente cuando dice “SOY” empleado del Banco Bicentenario, ocho (8) empleados para un valor porcentual de 66,67% sostienen sentir satisfacción, así mismo un 16,67%, es decir dos (2) empleados expresan sentirse cómodos y un 8,33% que representa a un (1) empleado que manifiesta sentir orgullo, sin embargo, un 8,33% admite sentir tristeza de ser empleado de esta institución. De esta situación nace una interrogante ¿el empleado en cuestión no es tomado en cuenta por la institución o por sus compañeros o no tiene buenas relaciones laborales con sus compañeros de trabajo, para los demás encuestados se concluye que los empleados sienten satisfacción, comodidad y orgullo de trabajar en el Banco Bicentenario

**CAPITULO IV:**  
**ASPECTOS GENERALES DEL BANCO BICENTENARIO,**  
**AGENCIA CUMANÁ PLAZA Y PROPUESTA DE UN**  
**PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**  
**(RSE) DIRIGIDO AL BANCO BICENTENARIO, AGENCIA**  
**CUMANÁ PLAZA.**

**4.1. Banco Bicentenario**

4.1.1 Reseña Histórica.

El 05 de diciembre de 2009 por disposición del Presidente de la República Bolivariana de Venezuela, Hugo Chávez, fue anunciada la creación del Banco Bicentenario, Banco Universal C.A institución financiera adscrita al sistema nacional de la banca pública, cuyo propósito es el de contribuir firmemente con el proceso de democratización de la banca, impulsando el progreso del poder popular a través del establecimiento de acertadas políticas y acciones contundentes. Dicha disposición fue oficializada en la Gaceta Oficial 39.329 de fecha 16 de diciembre de 2009, según Resolución N° 682.09 de la SUDEBAN.

La institución está emplazada a escala nacional con una red de Agencias que supera ampliamente las 500 sedes equipadas con tecnología de punta y atendidas por personal capacitado en labores financieras, prestos en todo momento a brindar la asesoría financiera integral que requieran todas y todos quienes acudan a sus oficinas sin distinción de ningún tipo, sumado a esto, el Banco Bicentenario impulsa la democratización de la banca promoviendo el ingreso al sistema financiero de la población de menor capacidad económica a través del desarrollo de las capacidades, aptitudes y potencialidades propias de las comunidades, es por ello que la institución

tiene el compromiso de contribuir responsablemente con la socialización de la banca por medio de los terminales bancarios comunales a fin de llevar los servicios bancarios a todos los espacios históricamente excluidos del sistema financiero tradicional, permitiendo a estos venezolanos y venezolanas aumentar su capacidad de ahorro e impulsar el desarrollo de la economía comunal. Ejecutando estas estrategias, la institución da cumplimiento a los lineamientos del Proyecto Nacional Simón Bolívar (2007-2013).

El Banco Bicentenario fue creado mediante fusión de bancos intervenidos, el organismo se constituye como un nuevo banco universal. Conformado por la unión de la infraestructura del “Banco Confederado, Central Banco Universal, Banco Real, y Banfoandes, esos cuatro componentes van a conformar un nuevo banco que pasa a llamarse Banco Bicentenario.

El Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza se inauguró el 13 de marzo del presente año (2012) como una más de la extensión bancaria que se pretende crear bajo esta denominación, la cual nace bajo el nombre de Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza y constituye la oficina principal en el estado Sucre.

#### 4.1.2 Misión.

Según Koontz y Weihrich, (1998:127), 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.

La misión es el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que ratifica a qué clientes presta sus servicios, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades; por tanto, la razón de ser o misión del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza aborda, según información suministrada por la Gerencia lo siguiente: “Crear y desarrollar soluciones financieras y de valor a nuestros clientes, clientas y empleados a través de la entrega de productos y servicios adaptados a sus necesidades garantizando el crecimiento y acceso de todas las personas a los servicios bancarios”.

#### 4.1.3 Visión.

El autor Serna, (1999:21) 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”.

Se refiere a lo que la empresa quiere crear, la imagen futura de la organización. La visión es creada por la persona encargada de dirigir la empresa, y quien tiene que valorar e incluir en su análisis muchas de las aspiraciones de los agentes que componen la organización, tanto internos como externos. Según información suministrada por la Gerencia, la visión del Banco Bicentenario refiere lo siguiente: “Ser la institución bancaria con mayor arraigo y prestigio del sistema financiero nacional, al progreso y desarrollo de la nación siguiendo lo establecido en el proyecto nacional Simón Bolívar procurando la suprema felicidad social de todos los venezolanos en igualdad de condiciones”.

#### 4.1.4 Valores Organizacionales

Los valores de una empresa, son aquellos principios morales, éticos con los que la empresa se rige para el cumplimiento de sus normas y políticas, el

Banco Bicentenario cuenta con los siguientes valores:

- a. **Responsabilidad social:** Comprometidos con nuestros clientes trabajadores, socios estratégicos, comunidades y con el país, para fomentar y desarrollar alternativas factibles que contribuyan al desarrollo y bienestar del entorno en el cual nos desenvolvemos, impulsando el proyecto socialista.
- b. **Calidad:** Trabajamos por el desarrollo y mejoramiento continuo de nuestros procesos, para garantizar excelencia, consolidar y construir una institución de alto desempeño en el país.
- c. **Transparencia y confianza:** Construimos y basamos nuestras relaciones en la responsabilidad, honestidad e integridad de nuestras acciones, que contribuyen al fortalecimiento de los vínculos con nuestros clientes, clientas y con la nación.
- d. **Flexibilidad:** La institución se adapta a los adelantos tecnológicos y a las necesidades de los clientes y cambios de organizaciones, asegurando la sencillez, simplicidad y eficiencia de los servicios, para el uso y beneficio de las personas y las comunidades.
- e. **Trabajo en equipo:** Somos un equipo integrado por profesionales comprometidos con un mismo objetivo y meta, que respeta, considera y valora las diferencias y fortalezas de cada uno de nuestros compañeros, para ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes y comunidades.
- f. **Innovación y creatividad:** Estamos en la búsqueda constante de servicios, productos y soluciones innovadoras, que permitan satisfacer las necesidades de nuestros clientes, para contribuir y mejorar su calidad de vida.

- g. **Sensibilidad social:** Actuamos solidaria y responsablemente en beneficio de la población excluida del sistema financiero a fin de garantizar su inclusión e igualdad de oportunidades.

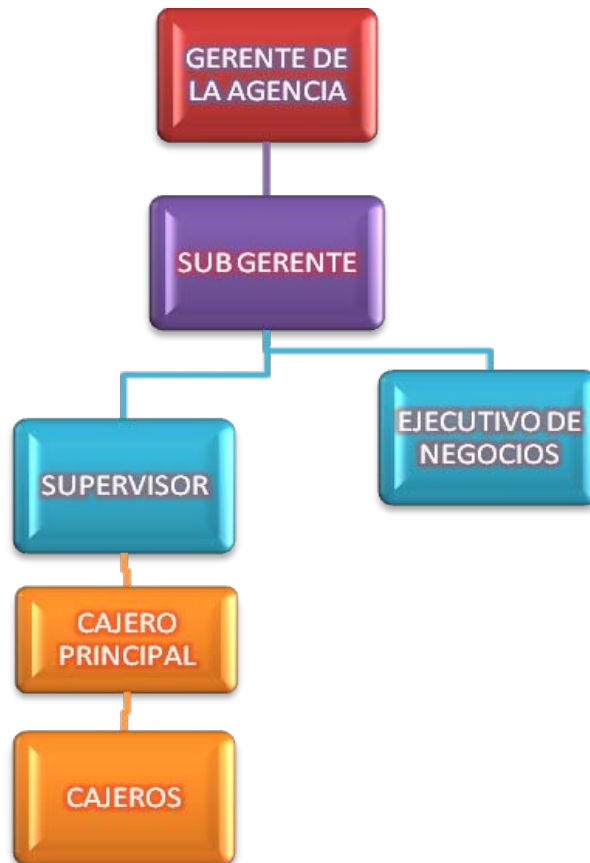
#### 4.1.5. Estructura organizacional del Banco Bicentenario

Chiavento (2004: pag.18) define la estructura organizacional como: “la composición de los diversos órganos que es la manera en que la empresa agrupa y reúne personas y organismos dentro de los escalones jerárquicos (niveles de autoridad) y de áreas de actividad, (departamentos, por ejemplo),”mientras que el mismo define un organigrama como: “la gráfica que representa la organización de una empresa, es decir, su estructura organizacional; Es una gráfica estadística que corresponde a una radiografía de la empresa y muestra su esqueleto y su constitución interna pero no muestra su funcionamiento ni su dinámica”.(Obt. Cit. pag.31)

De acuerdo a lo anterior planteado, el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza aun no tiene establecido un organigrama debido al poco tiempo que tiene de iniciar sus actividades, es por ello que según los lineamientos del gerente, se le elaboro un organigrama jerárquico de acuerdo a los cargos que ocupan los empleados.



FIGURA N° 2 Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza.



Fuente: Elaboración propia basado en lineamientos del Gerente.

#### 4.1.6. Funciones que desarrollan los empleados del Banco Bicentenario Agencia Cumana Plaza

- 1. Gerente de Agencia:** El Gerente de Agencia se encarga de todas las funciones de la agencia, específicamente de negocios, es responsable de las actividades financieras, evalúa las políticas de colocación de crédito,

además de captar clientes nuevos, su tarea es cumplir con las metas asignadas por la Vicepresidencia de Negocios.

- 2. Subgerente:** El subgerente se ocupa de coordinar toda la parte operativa y de servicios para que la agencia funcione (apertura de cuentas, bóvedas, taquillas, entre otros). Con el fin de trabajar de la mano con el Gerente de Agencia para el logro de los objetivos de la institución.
- 3. Supervisor:** El supervisor junto al subgerente cumple tareas como el control del efectivo, y el papel valor de la agencia (chequeras, tarjetas de debito, tarjetas de crédito, cheques de gerencia).
- 4. Cajero principal:** Es el supervisor directo de los cajeros, es el responsable de que a los cajeros no les sobre ni les falte dinero, es decir, del control del límite de efectivo de caja además del cuadro de las cajas, y operaciones como conformación de cheques y operaciones de taquilla.
- 5. Cajeros:** Se encargan de las operaciones de taquilla, ingresos en cuenta, pagos correspondientes, depósitos y ofrecer una optima atención al cliente.
- 6. Ejecutivo de Negocios:** Atención al Cliente, atiende reclamos, aperturas de cuentas, estados de cuentas, informa a los clientes sobre las operaciones de crédito, va de la mano con los negocios.

#### 4.1.7 Listados de Agencias en el Estado Sucre.

En el estado Sucre, están distribuidas 12 agencias ubicadas en las siguientes localidades:

AGENCIA	UBICACIÓN
---------	-----------

San Antonio del Golfo	Av. La Marina, Boulevard Gral. Francisco de Asís Mejía, Mercado Municipal Turístico, San Antonio del Golfo, Edo. Sucre
Río Caribe	Calle 14 de Febrero cruce con callejón Quijada, N° 90, Río Caribe, Edo. Sucre
Cariaco	Av. José Francisco Bermúdez cruce con calle Miranda, Cariaco, Edo. Sucre
Araya	Calle Principal con calle Rivero, Araya, Edo. Sucre.
Aeropuerto Cumaná	Av. Rotaria, Aeropuerto Antonio José de Sucre, Cumaná, Edo. Sucre
Güiria	Calle Bolívar entre calles Trincheras y Pagallos, Güiria, Edo. Sucre.
Cumaná Plaza	Calle Bermúdez con Calle Mariño, C.C. Cumaná Plaza, piso 03, Cumaná. Edo. Sucre.
Cumaná C.C. Marina Plaza	Av. Cristóbal Colón, Sector el Dique, C.C. Marina Plaza, locales PB-9 y PB-10, Cumaná, Edo. Sucre
Cumaná Av. Santa Rosa	Av. Santa Rosa con 6ta. Transversal, Edif. Orión, P.B., Cumaná, Edo. Sucre
Cumaná	Av. Gran Mariscal cruce con calle Kennedy, Edif. Centro Empresarial del Este, P.B., local C-2, Cumaná, Edo. Sucre.
Cumanagoto	Av. Universidad, Hotel Cumanagoto, Cumaná, Edo. Sucre
Carúpano	Calle Carabobo entre calle Las Margaritas y calle San Félix, Edif. Bicentenario, Carúpano, Edo. Sucre.

TABLA N° 16. Agencias del Banco Bicentenario distribuidas en el estado Sucre

## **4.2 Propuesta de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para el Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza.**

### 4.2.1. Introducción

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 RSE es en gran medida, un elemento sumamente importante para el desarrollo sostenible de las empresas como entes sociales y, como tal, deben mantener un comportamiento empresarial responsable con sus trabajadores, la sociedad y el medio ambiente.

En efecto, ser socialmente responsable, implica costos 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 retribuya, adquiriendo los mismos en gran escala.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) 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.

Es así que las organizaciones empresariales, como una forma de abordar el tema de RSE, han asumido formular e implementar programas de responsabilidad social empresarial (PRSE).

El PRSE tiene como finalidad fortalecer el desarrollo y mejoras de las actividades socialmente responsables que ejecutan las empresas, permitiéndoles de esta manera, alcanzar el reconocimiento, respeto y prestigio en el sector donde desarrollan sus actividades e impactar de forma positiva en la percepción que tiene la comunidad con respecto a la empresa.

En consecuencia, se plantea que el Banco Bicentenario carece de un Programa de Responsabilidad Social y por ende, surge la necesidad de diseñarlo, en el cual se le preste atención a las áreas de compromiso, ayudando a mejorar sus actividades dirías o acciones, fortaleciendo de esta manera todos los factores que involucran la RSE tanto para sus trabajadores como para los demás grupos de interés.

4.2.2 Objetivos del Programa de Responsabilidad Social Empresarial del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza.

4.2.2.1 Objetivo General del Programa de RSE:

Perfeccionar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial empleado por el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza para el año 2012.

4.2.2.2 Objetivos Específicos del Programa de RSE:

- Promover el crecimiento y desarrollo profesional del personal.
- Empezar acciones para generar conciencia social mediante la realización de jornadas dirigidas a las distintas áreas donde se involucre a los empleados y a la comunidad

- Emprender acciones sobre temas medioambientales para generar conciencia social.

#### 4.2.3 Exposición de Motivos:

En toda organización es relevante que se cumpla con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ya que esto va a condicionar el comportamiento de la empresa con su entorno laboral y las comunidades. Partiendo de esto, el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza al tener la cooperación del personal 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.

#### 4.2.4 Factibilidad de la Propuesta.

Se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto.

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

#### 4.2.5 Factibilidad Económica.

Se refiere a que se dispone del capital en efectivo o de los créditos de financiamiento necesario para invertir en el desarrollo del proyecto, surge de analizar

si los recursos económicos y financieros necesarios para desarrollar las actividades pueden ser cubiertos con el capital del que disponen.

#### 4.2.6 Factibilidad Social.

La factibilidad social va enmarcada, en la concientización de la población y de los entes encargados, en este caso “El Banco Bicentenario, Agencia Cumana Plaza” que cada uno de los miembros de esta institución estén dispuestos a contribuir con el desarrollo de la institución.

#### 4.2.7 Factibilidad Institucional.

Se expresa a través de la voluntad y disposición que tiene el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza, para implementar este programa.

#### 4.2.8 Factibilidad Técnica Operativa

Se expresa por medio de la afinidad puesta de manifiesto por el personal de la institución financiera durante la encuesta lo que facilita el apoyo y la implementación del programa.

### 4.3 Programa Propuesto.

A continuación se describe el programa que es de vital importancia para contrarrestar las debilidades encontradas y mantener las fortalezas identificadas en la empresa

El PRSE está compuesto por 6 objetivos específicos con sus respectivas acciones a cumplir así como se identifican los recursos necesarios para lograr las metas y el tiempo estimado para llevar a término cada actividad planeada.

#### **Programa RSE Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>ACCIONES</b>	<b>RECURSOS</b>	<b>TIEMPO</b>
a) Promover el crecimiento y desarrollo profesional del personal.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Detectar las necesidades de capacitación.</li><li>• Realizar cursos de capacitación y adiestramiento del personal en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial se refiere.</li><li>• Evaluar el desempeño laboral.</li></ul>	Aportes de la institución financiera	Con regularidad (mensualmente)



OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS	TIEMPO
<p>b) Fortalecer los planes y acciones dirigidos a la mejora de la comunidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fomentar la participación interna de los empleados con la comunidad.</li> <li>• Difundir los planes de acciones en mejoras a las comunidades.</li> <li>• Fortalecer las alianzas con otras instituciones en pro del bienestar de las comunidades</li> </ul>	<p>Aportes del Banco Bicentenario y su capital humano (empleados)</p>	<p>Conregularidad(trimestralmente)</p>
<p>c) Empezar acciones sobre temas medioambientales para generar conciencia social.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vincular al personal a través de charlas medioambientales que les permitan relacionarse con el tema.</li> <li>• Ejecutar obras que permitan concientizar a la humanidad sobre los temas medioambientales cuidado de playas, ríos, parques</li> </ul>	<p>Aportes de la empresa su capital humano y la comunidad</p>	<p>En temporadas vacacionales</p>
<p>d) Proyectar junto con los planteles educativos la donación del material didáctico</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar trípticos relacionados al tema.</li> <li>• Coordinar con los planteles educativos más cercanos charlas y donación del material (didáctico, computadoras, libros entre otros)</li> </ul>	<p>Mediante el aporte del Banco Bicentenario y la organización educativa.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inicio de actividades escolares.</li> <li>• Día del niño</li> </ul>

OBJETIVOS	ACCIONES	RECURSOS	TIEMPO
<p>e) Hacer donativos de equipos y atención médica a personas con discapacidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Solicitar al concejo comunal del área una nomina de personas con discapacidad para realizar donaciones de sillas de rueda, muletas etc.</li> <li>Coordinar con los concejos comunales del área operativos de donación de medicinas para personas que padecen de epilepsia, tensión arterial, corazón, u otras enfermedades que requieren de tratamiento continuo</li> </ul>	<p>El aporte del Banco Bicentenario donde se asigne un capital para cubrir los gastos para tal fin. En conjunto con la comunidad</p>	<p>3 veces al año en lo posible puede ser cuatrimestralmente</p>
<p>f) Realizar encuentros deportivos entre trabajadores de la empresa</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Declarar la semana de la agencia (13 de marzo) para esta fecha realizar encuentros deportivos.</li> <li>Celebrar torneos deportivos relámpagos entre la empresa comunidad en la semana de la agencia (13 de marzo).</li> </ul>	<p>Aporte económico del Banco Bicentenario en unión de sus empleados y la comunidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>13 de Marzo semana de la Agencia</li> <li>organizar con la comunidad al menos 2 veces al Año</li> </ul>

## CONCLUSIONES

La problemática manifestada anteriormente, esta propuesta y las opiniones emitidas por el personal que labora en la institución financiera Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza nos permite exponer las conclusiones más relevantes del estudio realizado:

- Es una necesidad del Banco Bicentenario iniciar cuanto antes un programa con políticas de RSE, dirigido a la comunidad, donde participen los trabajadores de la empresa, con el fin de lograr la integración, empresa- comunidad.
- El Banco Bicentenario demuestra tener iniciativa de algunas acciones planificadas para beneficiar a instituciones de salud e incluso hacia los trabajadores, por este motivo es imprescindible que se tome en cuenta la RSE para que su imagen con la sociedad se ubique como una institución socialmente responsable
- La institución no ofrece ni les da ningún tipo de capacitación con relación al tema de Responsabilidad Social Empresarial a sus empleados.
- El Banco Bicentenario no involucra a sus empleados para tomar decisiones sobre las acciones o programas de apoyo para la comunidad.
- La organización no promueve el deporte ni ninguna otra actividad que se ubique dentro de la RSE

- El Banco Bicentenario no toma en consideración eventos sociales para mantener a sus empleados motivados
- El factor retribución económica está generando insatisfacción en los empleados del Banco Bicentenario, debido a que no hay correspondencia entre salario percibido y el esfuerzo realizado, no satisface sus necesidades ni las de su grupo familiar, lo que afecta su desempeño individual dentro de la institución financiera, la eficiencia y productividad del mismo.
- Las condiciones físicas del entorno de trabajo generan satisfacción, ya que los empleados del Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza consideran que el mobiliario y la infraestructura son adecuadas y les permiten trabajar de forma cómoda, es decir, que las condiciones físicas del entorno de trabajo en esta organización proporcionan un ambiente laboral agradable.
- El factor posibilidad de crecimiento profesional en el trabajo está generando insatisfacción en el Banco Bicentenario, los empleados están inconformes con los estímulos en el ámbito de la formación profesional que brinda la institución, además no son actualizados en las habilidades y conocimientos necesarios para desempeñar su trabajo, lo que indica que se está generando insatisfacción.
- El factor seguridad laboral en el Banco Bicentenario está provocando en los empleados insatisfacción, porque no les brinda estabilidad en el cargo, afectando sus niveles de motivación y de desempeño individual, lo cual, en última instancia, afecta la productividad y la eficiencia de la organización

## RECOMENDACIONES

De acuerdo a las conclusiones de este estudio, se presentan las siguientes recomendaciones para el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza:

- Capacitar a sus empleados continuamente con temas referentes a RSE y otros, ya que mientras más conocimientos tenga un trabajador, más eficaz y eficiente será en sus actividades, proporcionándole a la empresa beneficios más amplios.
- Mantener una comunicación interactiva con los trabajadores, de manera que estos se sientan tomados en cuenta y estén informados de las actividades que realiza la institución.
- Realizar jornadas deportivas dirigidas a los trabajadores logrando mantener la buena relación laboral y que los trabajadores se sientan a gusto en su área de trabajo, así como la participación en torneos con otras organizaciones lo que permitiría la tan preciada integración.
- Brindarles a los trabajadores eventos sociales donde se sientan motivados y comprometidos con la empresa buscando la incorporación de los familiares a la empresa con el objetivo de apalancar más la relación patrono-trabajador.
- Revisar los salarios y beneficios de los trabajadores, tomando en cuenta, para las discusiones sobre ajustes salariales para el personal los índices del costo de la vida, a fin de mantener los salarios a un nivel que permita la satisfacción de las necesidades del empleado y de su grupo familiar.

Igualmente se sugiere tomar en consideración los niveles salariales del mercado laboral para cargos similares, con el propósito de evitar la sensación de desigualdad que es percibida por los empleados.

- El Banco Bicentenario debe continuar ofreciendo condiciones físicas del entorno de trabajo y el mobiliario adecuado, un ambiente idóneo y agradable, ordenado para que los empleados realicen su trabajo a gusto.
- Impulsar el crecimiento profesional de los empleados del Banco Bicentenario, aprovechando el potencial humano mediante la capacitación para que se actualicen y así obtengan nuevos conocimientos y desarrollen nuevas competencias.
- Diseñar e implementar programas de capacitación y desarrollo profesional que permitan a los empleados incrementar sus competencias en sus respectivas áreas y prepararse para la asunción de cargos de mayor jerarquía, con el consecuente beneficio tanto para los empleados como para la institución financiera.

## BIBLIOGRAFÍA

### **Textos:**

Arias, F (1999) **El Proyecto de Investigación: Guía para su elaboración.** Tercera edición, Episteme. Caracas.

Arias, F (2006). **Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica.** Quinta edición, Episteme. Caracas.

Chiavenato, I (2002). **Administración de los Nuevos Tiempos.** Mc-Graw-Hill. Bogotá.

Chiavenato, I (2004). **Iniciación a la Administración General.** Mc-Graw-Hill. Bogotá.

Cabello, C (2006). Material Didáctico.

Hernández y Otros (2003). **El Proceso de Investigación.** Global Ediciones S.A. Buenos Aires.

Libro Verde de la Comisión Europea (2001). Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas.

Koontz H y Weinrich H (1998). **Administración una Perspectiva Global** Sexta edición McGraw-Hill Interamericana

Mondy, R. y Noe, R. (1997) **Administración de Recursos Humanos.** México: Prentice-Hall.

Robbins, S (1994). Administración Teoría y Práctica. (4ta edición). México. Editorial Prentice-Hall.

ReynoMomborg, M. (2008), Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como Ventaja Competitiva, Edición electrónica gratuita.

Stoner, J (1998). Administración. (3ra edición). Mexico. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana.

Tamayo y Tamayo (1996). **El Proceso de la Investigación Científica**. Limusa. México.

#### **Trabajos de Investigación:**

Acosta A, Lugo X, Salcedo A. (Año 2011) **Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa bolivariana de producción socialista, Cacao Oderi S.A.** Trabajo de Grado. Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre.

Figuera C, Salazar Y. (Año 2012) **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA LA EMPRESA LICORERIA LA FLORIDA, C.A.** Trabajo de Grado. Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre.



**Referencias Páginas Web:**

<http://www.otromundoesposible.net/responsabilidadsocialcorporativa/rsc6caracteristicas-rse-america-latina>, Julio-2012

[http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/Rev\\_I\\_NSHT/2006/37/fp\\_rev\\_37.pdf](http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/Rev_I_NSHT/2006/37/fp_rev_37.pdf),

BUSINESS SOCIAL RESPONSABILITY EDUCATION FUND, **Sustainable Business Practice**(2000). En [www.bsr.org](http://www.bsr.org)

## APENDICE



### TÍTULO DE LA INVESTIGACIÓN

**Diseño Programa de Responsabilidad Social Empresarial  
para el Banco Bicentenario Agencia Cumaná Plaza.  
“Cumaná” Estado sucre**

NOMBRE DEL EMPLEADO: \_\_\_\_\_

CARGO QUE OCUPA: \_\_\_\_\_

FECHA: \_\_\_\_\_

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

*Autor: Elisama Henríquez*

## **INTRUCCIONES GENERALES**

Antes de comenzar a llenar el presente cuestionario, es importante seguir las siguientes instrucciones:

Lea cuidadosamente cada una de las preguntas que se le presentan.

En las preguntas con alternativas a seleccionar, marque con una equis (x) su respuesta.

Las respuestas a las preguntas abiertas deben ser breves, coloque lo más importante.

Trate en lo posible de responder todas las preguntas.

1. ¿Tiene usted algún conocimiento de lo que significa responsabilidad social empresarial?

SI ( )

NO ( )

2. ¿Con cuál de estas palabras la asocia?

Obligación ( )

Bienestar social ( )

Bienestar de los trabajadores ( )

Otros \_\_\_\_\_

N/C ( )

3. ¿Identifique cuales de los siguientes beneficios usted recibe que correspondan según la ley?

Vacaciones ( )

Utilidades ( )

Estabilidad laboral ( )

Otros ( )

Todas las anteriores ( )

4. ¿El Banco Bicentenario brinda capacitación continua al personal?

SI ( )

NO ( )

5. ¿Qué tipo de capacitación le ofrece?

Charlas o talleres ( )

Cursos ( )

Entrenamiento ( )

Plan de adiestramiento ( )

Crecimiento profesional ( )

Todas las anteriores ( )

Ninguna de las anteriores ( )

N/C ( )

6. ¿El banco bicentenario proporciona el mobiliario e infraestructura apropiada que le permita trabajar con comodidad?

SI ( )

NO ( )

7. ¿El sueldo que percibe le permite satisfacer sus necesidades y las de su familia?

SI ( )

NO ( )

8. ¿Conoce usted si el Banco Bicentenario realiza acciones de apoyo a la comunidad?

SI ( )

NO ( )

9. ¿Cuales acciones y/o programas lleva a cabo el Banco Bicentenario?..

Donaciones a hospitales ( )

Donaciones a fundaciones ( )

Jornadas deportivas dirigidas a sus empleados ( )

Jornadas de salud hacia sus empleados ( )

Otros ( )

Combinación de las anteriores ( )

N/C ( )

10. ¿Para realizar esas acciones o programas de apoyo a la comunidad se consulta a los trabajadores?..

A veces ( )

Siempre ( )

Eventualmente ( )

Nunca ( )

N/C ( )

11. ¿Cuáles de los siguientes principios son aplicados por el Banco Bicentenario?

Responsabilidad social ( )

Sensibilidad social ( )

Trabajo en equipo ( )

Flexibilidad ( )

Combinación de las anteriores ( )

12. ¿El Banco Bicentenario genera y/o participa en alianzas con otras empresas u organizaciones para desarrollar acciones de apoyo a la comunidad?

SI ( )

NO ( )

13. ¿Hacia cual de las siguientes áreas cree usted que se deben dirigir los recursos?

Salud ( )

Educación ( )

Recreación ( )

Deportes ( )

Combinación de las anteriores ( )

Otros ( )

14. ¿Cuáles de estos eventos sociales promueve el Banco Bicentenario para con sus empleados?

Día del trabajador ( )

Día de la madre ( )

Día del niño ( )

Fiesta navideña ( )

Ninguna de las anteriores ( )

Otros (indique) \_\_\_\_\_

15. ¿Qué siente cuando dice “soy empleado del Banco Bicentenario”?

Felicidad ( )

Tristeza ( )

Satisfacción ( )

Comodidad ( )

Orgullo ( )

*GRACIAS POR SU COLABORACIÓN*



## HOJA DE METADATOS

### Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 1/6

<b>Título</b>	<b>Diseño Programa De Responsabilidad Social Empresarial Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza. Cumaná – estado sucre Periodo: Mayo- Agosto 2012.</b>
<b>Subtítulo</b>	

**Autor(es):**

<b>Apellidos y Nombres</b>	<b>Código CVLAC / e-mail</b>	
<b>Elisama J. Henríquez D.</b>	<b>CVLAC</b>	<b>V-18.904.106</b>
	<b>e-mail</b>	<b>Elisama_1988@hotmail.com</b>

**Palabras o frases claves:** Responsabilidad Social Empresarial, Empresas socialmente responsable

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 2/6

### Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
Ciencias administrativas	Contaduría

### Resumen (abstract):

Las organizaciones utilizan estrategias para enfrentarse a sus competidores, establecen programas, políticas y lineamientos que les permita aumentar su competitividad, lo que representa herramientas importantes para alcanzar el éxito en la organización. El objetivo propuesto en esta investigación corresponde a Diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial dirigido al Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza. Cumaná, estado Sucre para el período mayo –agosto 2012. El trabajo desarrollado constituye un aporte y orientación a la institución financiera, al considerar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un 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. Esta investigación se estructuró de acuerdo a un diseño de campo, se recolectó la información de forma directa a la realidad en el lugar donde se desarrolla el problema es decir en el Banco Bicentenario, Agencia Cumaná Plaza. La información se recolectó mediante la siguiente técnica: el cuestionario con quince (15) preguntas cerradas, con respuestas alternativas de selección única y múltiple. Para un mejor análisis e interpretación de los resultados, Los resultados que se obtuvieron durante la investigación de este trabajo se presentan a través de cuadros. Se describe el programa que es de vital importancia para contrarrestar las debilidades encontradas, mantener las fortalezas identificadas y resolver la problemática planteada en la institución. Como conclusión relevante se destaca que es una necesidad del Banco Bicentenario iniciar cuanto antes un programa con políticas de RSE, dirigido a la comunidad, donde participen los trabajadores de la empresa, con el fin de lograr la integración, empresa- comunidad.

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 3/6

### Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / E-mail								
<b>MSc. Cándida Cabello</b>	<b>ROL</b>	A	[ ]	S	[ ]	U	[ ]	U	[ ]
	<b>CVLAC</b>	<b>V- 5.187.997</b>							
	<b>e-mail</b>	<b>Candidacabello@gmail.com</b>							
Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / E-mail								
<b>Maria De Lourdes Patiño</b>	<b>ROL</b>	A	[ ]	S	[ ]	U	[ ]	U	[ ]
	<b>CVLAC</b>	<b>V- 5.693.604</b>							
	<b>e-mail</b>								

**Fecha de discusión y aprobación:**

<b>Año</b>	<b>Mes</b>	<b>Día</b>
2012	08	07

**Lenguaje: SPA**

## Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 4/6

### Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
TESIS-HENRIQUEZELISAMA.doc	Aplication/Word

### Alcance:

Espacial: **Universal**

---

Temporal: **Intemporal**

---

### Título o Grado asociado con el trabajo:

**Licenciatura en Contaduría**

---

**Nivel Asociado con el Trabajo: Licenciatura**

---

### Área de Estudio:

**Contaduría Pública**

---

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

**Universidad de Oriente. Núcleo de sucre**

# Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso – 5/6



UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
CONSEJO UNIVERSITARIO  
RECTORADO

CU N° 0975

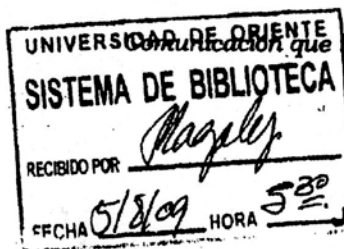
Cumaná, 04 AGO 2009

Ciudadano  
**Prof. JESÚS MARTÍNEZ YÉPEZ**  
Vicerrector Académico  
Universidad de Oriente  
Su Despacho

Estimado Profesor Martínez:

Cumplo en notificarle que el Consejo Universitario, en Reunión Ordinaria celebrada en Centro de Convenciones de Cantaura, los días 28 y 29 de julio de 2009, conoció el punto de agenda **"SOLICITUD DE AUTORIZACIÓN PARA PUBLICAR TODA LA PRODUCCIÓN INTELECTUAL DE LA UNIVERSIDAD DE ORIENTE EN EL REPOSITORIO INSTITUCIONAL DE LA UDO, SEGÚN VRAC N° 696/2009"**.

Leído el oficio SIBI – 139/2009 de fecha 09-07-2009, suscrita por el Dr. Abul K. Bashirullah, Director de Bibliotecas, este Cuerpo Colegiado decidió, por unanimidad, autorizar la publicación de toda la producción intelectual de la Universidad de Oriente en el Repositorio en cuestión.



Comunicación que hago a usted a los fines consiguientes.

Cordialmente,

**JUAN A. BOLANOS CUNDELO**  
Secretario

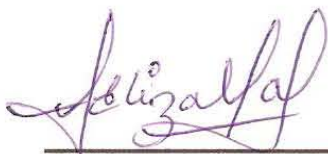


C.C.: Rectora, Vicerrectora Administrativa, Decanos de los Núcleos, Coordinador General de Administración, Director de Personal, Dirección de Finanzas, Dirección de Presupuesto, Contraloría Interna, Consultoría Jurídica, Director de Bibliotecas, Dirección de Publicaciones, Dirección de Computación, Coordinación de Teleinformática, Coordinación General de Postgrado.

JABC/YGC/maruja

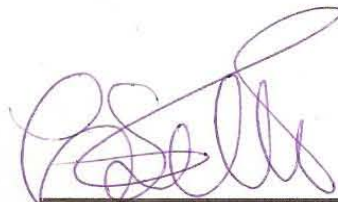
## Hoja de Metadatos Para Tesis y Trabajos de Ascenso-6/6

Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (Vigente a partir del II semestre 2009, según comunicación CU.034.2009): “los Trabajos de Grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y solo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Concejo Universitario para su autorización”.



---

**Henríquez D, Elisama J**  
**C.I: 18.904.106**  
**AUTOR**



---

**Cabello D, Cándida R.**  
**C.I: 5.187.997**  
**ASESOR**