

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



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

ELABORADO POR:

Claudibel Figuera  
Yuris Salazar

TUTORA

MSc. Cándida Cabello Díaz

Trabajo de Grado presentado como requisito para optar al título de  
Licenciado en Contaduría Pública

Cumaná, Marzo de 2012

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



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

**Autores:**

**Figuera E, Claudibel Del V C.I: 17.909.590**  
**Salazar S, Yuris Del V C.I: 18.903.581**

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 veintinueve (29) días del mes de Marzo de 2012.

**Prof. Cándida, Cabello Díaz**

**C.I: 5.187.997**

**Asesor**

**Prof. María A, González**

**C.I:11.833.975**

**Prof. Robert J, Wietstruck**

**C.I: 9.452.568**

## INDICE

PÁG.

DEDICATORIA .....	i
AGRADECIMIENTO .....	iii
INDICE DE TABLAS .....	viii
RESUMEN .....	xi
INTRODUCCION .....	1
CAPITULO I PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	6
1.1 Problema de la Investigación .....	6
1.1.1 Planteamiento del Problema .....	6
1.1.2 Objetivos de la Investigación .....	9
1.1.3 Justificación de la Investigación .....	10
1.2 Marco Metodológico .....	11
1.2.1 Diseño de investigación .....	11
1.2.2 Nivel de Investigación .....	12
1.2.3 Población y Muestra .....	13
1.2.4 Fuente de Información.....	15
1.2.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	17
1.2.6 Técnicas para el Análisis e Interpretación de la Información .....	17
CAPITULO II MARCO TEÓRICO .....	19
2.1 ASPECTOS GENERALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) .....	19
2.1.1. Definición de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) .....	20
2.1.2 Objetivo de la Responsabilidad Social Empresarial .....	21
2.1.3- Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial .....	22
2.1.4- Características de la Responsabilidad Social Empresarial. ....	22
2.1.5- Argumentos a favor y en contra del Compromiso Social de las Empresas.....	24
2.1.6- Áreas de compromiso de La Responsabilidad Social Empresarial:.....	27

2.1.7.- Principios Éticos de la Responsabilidad Social Empresarial.....	28
2.1.8.- Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) .....	30
2.2- Programas de Responsabilidad Social .....	31
2.2.1 Definición de Programa Responsabilidad Social.....	31
2.2.2 Tipos de Programas Responsabilidad Social. ....	32
2.2.3- Diseño de Programas de Responsabilidad Social. ....	34
2.2.4 Implementación de un programa de Responsabilidad Social.....	38
<b>CAPÍTULO III ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA LICORERIA LA</b>	
<b>FLORIDA C.A. ESTADO SUCRE .....</b>	<b>40</b>
3.1 Reseña histórica de la empresa Licorería La Florida, C.A.....	40
3.2 La Misión y la Visión de la empresa ( <a href="http://www.laflorida.com.ve/">http://www.laflorida.com.ve/</a> ).....	42
3.2.1 Misión .....	42
3.2.2 Visión.....	42
3.3 Política de la empresa. ....	42
3.4 Objetivos de Calidad .....	43
3.5 Clasificación de los productos que elabora la Empresa.....	44
3.6 Distribuidores.....	48
3.7 Ubicación geográfica de la Empresa .....	49
3.8 Estructura organizativa .....	50
3.9 Descripción de la estructura organizativa Departamental de la empresa Licorería la Florida, C.A.....	51
<b>CAPITULO IV ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS. ....</b>	<b>54</b>
4.1 Presentación, Análisis e Interpretación de los resultados empleados .....	56
4.2 Presentación, Análisis e Interpretación de los resultados obreros. ....	71
<b>CAPITULO V PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO</b>	
<b>INTEGRAL COMUNITARIO EN CUMPLIMIENTO DE LA</b>	
<b>RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) .....</b>	<b>85</b>
5.1.- Introducción.....	85

5.2.- La vinculación con los trabajadores y comunidad se resume de la siguiente manera:	86
.....	86
5.2.1.- Vinculación con los trabajadores.....	86
5.2.2.- Vinculación con la comunidad.....	86
5.3.- Objetivos del Programa: .....	87
5.3.1.- Objetivo General.....	87
5.3.2.- Objetivos Específicos .....	87
5.4.- Exposición de Motivos .....	87
5.5.- Factibilidad de la Propuesta.....	88
5.5.1 Factibilidad Económica, .....	88
5.5.2 Factibilidad Social,.....	88
5.6.- Beneficios que traería la implementación del programa de Responsabilidad Social en la empresa Licorería La Florida, C.A. ....	88
5.7.- Programa de Desarrollo Integral Comunitario (PDIC). ....	89
5.8 Implementación del Programa de Desarrollo Integral Comunitario (PDIC). ....	89
5.9.- Actividades a realizar para dar cumplimiento al programa de desarrollo integral comunitario.....	91
CONCLUSIONES .....	94
RECOMENDACIONES.....	97
BIBLIOGRAFÍA .....	100
APENDICES.....	102
Hoja de Metadatos .....	122

## DEDICATORIA

Hoy puedo decir que he cumplido una meta más en mi vida llenándome de satisfacción y deseos de superación después de una larga lucha obtengo el resultado de mi esfuerzo que deseo compartir y dedicarles a mis seres queridos:

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria a **MI MADRE**, fuente de inspiración y ejemplo de sacrificio y valor, por ser quien ha estado a mi lado en todo momento dándome todas las fuerzas necesarias y por darme lo necesario para lograr este objetivo, para continuar luchando día tras día y seguir adelante rompiendo todas las barreras a lo largo de mi carrera, gracias a ti soy quien soy hoy en día, ya que has velado por mi salud, mi educación, alimentación, entre otros, a quien le debo todo, horas de consejos, de regaños, de reprimendas, de tristezas y de alegrías de los cuales estoy muy segura que lo ha hecho con todo el amor del mundo para formarme como un ser humano integral y del cual me siento extremadamente orgullosa, Este triunfo también es tuyo. Todo cuanto hiciste por mí, “Valió la pena” (Mima).

**A mi Padrastro** por darme ese amor de padre y guiarme durante toda mi infancia y juventud, gracias por estar ahí siempre....eres un ser súper especial para mí y lo sabes.....TQM

**A mi mejor amiga**, hermana, comadre y confidente (**Alexandra Bejarano**) por todo lo especial que siempre has sido conmigo, con quien he compartido gran parte de mi existencia en esta casa de estudio y aventuras que solo se pueden vivir entre hermanas y que has estado siempre alerta ante cualquier problema que se me pueda presentar. Gracias manita, T.Q.M...

**A mi compañera de tesis (Yuris Salazar)** hoy nuestra meta se hace realidad, por eso quiero compartir contigo la satisfacción del éxito y darte las gracias por aguantar mis arranques cuando era necesario, mana al fin nuestro sueño se hace realidad.

**A mis Hermanos (as)**, así como a mis Sobrinas e Ahijados, para que este esfuerzo les sirva de ejemplo y puedan lograr sus metas futuras.

**A toda mi Familia**, por su apoyo y consejo sincero en los momentos que lo necesité. Deseo que este triunfo les sirva de ejemplo y estímulo a todos aquellos que se tracen una meta, y tengan siempre presente que esto sólo se logra con esfuerzo y dedicación. “Cuenten conmigo”.

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

**A mis amigos** más cercanos, quienes me han brindado su amistad incondicional, y **compañeros de estudios** que han facilitado la travesía de este viaje, a todos y cada uno de ellos que de alguna u otra forma han puesto su granito de arena para que hoy en día yo pueda cumplir mi objetivo, gracias por los gratos momentos compartidos.

Y a todos **mis compañeros del centro de estudiantes**, gracias por apoyarme en todo momento y regalarme su amistad incondicional, saben que pueden contar conmigo.....

*Claudibel Figuera*

## AGRADECIMIENTO

En primer lugar a **Dios** y a la **Virgen del Valle** porque me han dado salud, inteligencia y sabiduría para cumplir este primer gran logro en mi vida.

A la **MSc. Cándida Cabello Díaz**, por toda su paciencia y disponibilidad para orientarnos y encaminarnos en el logro de nuestros objetivos. Porque sin sus recomendaciones y sus sabios consejos no hubiéramos 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 y que a través de sus sabios conocimientos y colaboración prestada fueron indispensables para lograr esta meta, en especial a: Miguel Romero, Danny Delgado, José Cabezas, Robert Wietstruck, María González, Luisa González, Vicente Narváez, Fernando Gómez, Marlon Gonzales, María Raymundez, Ramón Velásquez, José Sánchez , que Dios los bendiga por siempre a todos.

A la **Lic. María Aray**, quien nos sirvió de enlace y de intermediario en la empresa Licorería La Florida, para poder obtener toda la información pertinente a esta empresa y que en todo momento nos mostró su colaboración y el apoyo para culminar con el trabajo de investigación.

Al **personal de la empresa Licorería La Florida, C.A**, que nos brindaron unos minutos de su tiempo, y sin los cuales no hubiéramos podido concretar y culminar de manera satisfactoria la realización de esta investigación.

A mi gran amigo **Germán Martínez**, por su valiosa amistad y apoyo incondicional y ayudarme cuando más lo requería. Mil gracias mi amigo...

A las Sras. **Carmen de Bravo y Maribel Bravo** por su valioso apoyo y por creer en mi mil gracias a ustedes....

A mi amigo **Julio Figuera** gracias por estar ahí cuando te he necesitado y por brindarme tu amistad sincera.

A **Yesenia Hernández** por su apoyo a la realización de este trabajo de investigación.

A mis **Compañeros de la Alternativa** a todos gracias por ser parte de este logro y por su apoyo durante este proyecto.

Y a todas aquellas personas que de alguna manera y en algún momento me ayudaron a culminar con éxito este reto, les doy mis más sinceros agradecimientos.

*Claudibel Figuera*

## DEDICATORIA

**A mis queridos padres, Martina y Germán,** quienes me han brindado toda la confianza, el apoyo y el amor que se le puede dar a una hija, guiándome por el camino del bien, inculcándome las normas al respeto, la moral y las buenas costumbres, por ser para mí un ejemplo de trabajo, esfuerzo y dedicación. Por eso me siento tan orgullosa de ustedes y les juro ante Dios que si volviera a nacer no dudaría ni por un instante en elegirlos como mis padres, ya que han sido mi fuente de energía e inspiración para seguir adelante luchando por mis metas. Son ustedes quienes verdaderamente son los dueños de este título, Sin su apoyo no lo habría logrado, A ustedes les dedico el esfuerzo de años de estudio y de un aprendizaje que siempre llevaré grabado en mi corazón. Ahora es mi turno de luchar por un futuro aún mucho mejor para nosotros.

**“Mi triunfo es para ustedes, los adoro”**

**A mi abuela Chocha,** por ser ese ángel que me cuida desde el cielo y ha sido fuente de inspiración, un caudal de energía que me guía por el camino del bien y me impulsa a seguir adelante.

**“Quisiera que compartieras esta alegría conmigo, te quiero”**

**A mis hermanos; Yusmaglis, Magliys, Yusely y Luís Beltrán** por su apoyo y ayuda incondicional en todos los momentos de mi vida,

**Los Quiero Mucho**

*Yuris Salazar*

## AGRADECIMIENTOS

Dedico este proyecto y toda mi carrera universitaria **a Dios**, por ser quien ha estado a mi lado en todo momento, dándome las fuerzas necesarias para continuar luchando día tras día, por darme las virtudes y las fortalezas necesarias para salir siempre victoriosa ante las dificultades, por colocarme en el mejor camino, iluminando cada paso de mi vida. Diosito aunque no pueda verte, ni tocarte, sé que siempre estás aquí conmigo, por eso te pido que me bendigas como profesional y como futura contadora pública.

### “Mil Gracias Diosito”

**A nuestra casa de estudio**, por ofrecerme la dicha de formarme profesionalmente en ella y por brindarme la oportunidad de lograr una de las metas más importante que me he propuesto en la vida.

A mi excelente Asesora; **MSc. Cándida Cabello Díaz** quien con su inteligencia y experiencia profesional nos ofreció sus mejores conocimientos, los cuales permitieron culminar con éxito este trabajo de investigación.

A todos **los profesores** que intervinieron en mi formación académica y profesional quienes hicieron su mayor esfuerzo por transmitirme sus conocimientos

A mi compañera de alternativa de grado **Claudibel Figuera** por acompañarme en este reto y en conjunto lograr la meta propuesta.

A todos mis amigos; **Ediletsith, Cesar, Osmel**, por hacerme muchísimo más placentera mi estadía en la Universidad. En especial a la Licenciada **Yesenia Hernández**, por ayudarme en la elaboración de mí

proyecto, quien fue mi asesora particular. Sin tu ayuda mi amiga, estoy segura esto no hubiese sido posible.

A mi gran amiga, **Normarys Curapa** mi confidente, y la cual estimo en gran manera. Le doy gracias a Dios por formar parte de mi vida.

**Mi Amiga por siempre.**

A **Julio Figuera**, por ser esa persona que estuvo junto a mí ayudándome, compartiendo y brindándome toda la colaboración posible.

**Te quiero**

A la licenciada **María Aray** por su grandiosa colaboración y disponibilidad para ayudar, siempre dispuesta a brindarnos toda la información posible para la culminación de este proyecto.

**Con su ayuda, fue más fácil el trabajo**

Y por último, a todas aquellas personas que olvide mencionar , que de una u otra manera me ayudaron e incentivaron a lo largo de mi carrera universitaria, que han creído en mí y me han brindado su apoyo y ayuda incondicional durante todos estos años, espero que sigan así acompañándome por muchísimos años más.

**A todos mil gracias por su apoyo.**

*Yuris Salazar*

## INDICE DE TABLAS

### Tablas de los Empleados

Tabla N°1: Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes.	57
Tabla N° 2: De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos.	57
Tabla N°3: Cuales son los recursos con que cuenta la empresa Licorería La Florida, C.A para ejecutar operaciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).	58
Tabla N°4: Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. reaccionará a favor de la comunidad en caso de desastre natural.	59
Tabla N°5: De qué manera reaccionaría a favor de la comunidad	59
Tabla N°6: En caso de un desastre la comunidad acudiría a ayudar a la empresa Licorería La Florida, C.A.	60
Tabla N°7: Considera usted que cuenta con buenos beneficios, acorde con el trabajo que realiza.	60
Tabla N°8: Conoce usted cuales son los beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A	61
Tabla N°9: La empresa brinda los equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales, y para manejar emergencias.	62
Tabla N°10: Indique que tipo de equipos brinda.	63
Tabla N°11: Capacita a sus trabajadores en temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Profesional.	63
Tabla N°12: De qué manera los debería capacitar.	64
Tabla N°13: Por qué no reciben capacitación.	65
Tabla N°14: Cree usted que la empresa lleva a cabo Programas y Proyectos ecológicos o de Protección ambiental.	65
Tabla N°15: indique Cuáles programas.	66
Tabla N°16: A qué cree usted que se debe que no tenga programas y Proyectos ecológicos o de Protección ambiental.	67
Tabla N°17: Indique cuales son las fortalezas presentes en el proceso de Responsabilidad Social.	68
Tabla N°18: Conoce usted si la empresa Licorería La Florida, C.A le hace donaciones a otras instituciones.	69
Tabla N°19: Señales a cuales instituciones.	69
Tabla N°20: Considera usted si la comunidad se siente identificada con la empresa.	70
Tabla N°21: Qué siente cuando dice “SOY TRABAJADOR DE LA EMPRESA Licorería La Florida, C.A	70

Tabla N°22: Desde tu punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A.	71
<b>Tabla de los Obreros</b>	
Tabla N°1: Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes.	72
Tabla N°2: De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos.	72
Tabla N°3: Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A.	73
Tabla N°4: Quiénes creen ustedes serían los responsables de llevar a cabo los planes de responsabilidad social en la empresa.	74
Tabla N°5: La empresa brinda los equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales, y para manejar emergencias.	75
Tabla N°6: Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A	75
Tabla N°7: Cree usted que la empresa promueve el deporte entre sus trabajadores.	76
Tabla N°8: Qué tipo de deporte promueve la empresa.	76
Tabla N°9: Considera usted que la empresa Licorería La Florida, C.A realiza jornadas de salud para trabajadores.	77
Tabla N°10: Cuáles jornadas de salud realiza la empresa Licorería La Florida, C.A.	77
Tabla N°11: Indique que eventos sociales promueve la empresa Licorería La Florida, C.A.	78
Tabla N°12: Conoce usted si la empresa ejecuta actividades que beneficien a las comunidades.	78
Tabla N°13: Conoce usted si la empresa Licorería La Florida, C.A le hace donaciones a otras instituciones.	79
Tabla N°14: Señale a cuales instituciones.	80
Tabla N°15: Cree usted que la empresa lleva a cabo programas y proyectos ecológicos o de Protección ambiental.	80
Tabla N°16: Indique cuales conoce usted.	81
Tabla N°17: Por qué No cuenta con personal capacitado en el área.	81
Tabla N°18: Cree que la empresa sería solidaria con las comunidades en caso de desastre natural.	82
Tabla N°19: De qué manera sería solidaria.	83
Tabla N°20: Piensa usted que la comunidad se siente identificada con la empresa Licorería La Florida C.A.	83
Tabla N°21: Qué siente cuando dice soy trabajador de la empresa	84

Licorería La Florida, C.A.  
Tabla N°22: Desde su punto de vista cómo describirías a la empresa 85  
Licorería La Florida, C.A.

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



**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**

**Autores:**

Asesora: Cándida Cabello Díaz

Figuera E, Claudibel del V  
Salazar S, Yuris del V

**RESUMEN**

Las empresas sirven y se sirven de la sociedad, por lo que no deben desligarse de ella, ya que son entes sociales que tienen una responsabilidad que cumplir con la misma. Por esta razón, la gerencia de las empresas deben prepararse para enfrentar los cambios que se dan dentro y fuera de ella. La investigación que a continuación se presenta se realizó con el propósito de Diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), identificado como Programa de Desarrollo Integral Comunitario (PDIC) en la empresa Licorería La Florida, C.A., con el objeto de apoyar a la misma, en conjunto con la comunidad, en la implementación, desarrollo y mejoras de actividades socialmente responsables que le permitan alcanzar el reconocimiento, respeto y prestigio que merece. Se fundamenta en tres áreas que la organización considera prioritarias, por lo tanto, todo su esfuerzo inicial se enfocara en ellas para comenzar a cumplir con la responsabilidad social que como empresa entiende y acepta. Esas áreas son: Salud, Educación y Deporte. Posteriormente, se irán incorporando nuevas áreas para hacer de su PDIC, un programa completo que abarque todos los elementos éticos necesarios y que están contenidos en el concepto de responsabilidad social empresarial. Para llevar a cabo el análisis, se hizo necesaria la utilización del tipo de investigación de campo con nivel descriptivo, apoyado en la revisión de fuentes primarias y secundarias. La recopilación de la información se realizó a través de la aplicación de un cuestionario semi-estructurado comprendido por 10 preguntas cerradas de selección simple y 12 abiertas, de igual forma se elaboraron tablas de frecuencia con base a los resultados del instrumento aplicado, analizando los datos y precisando las características de la implementación del programa, razones por las cuales se proponen un conjunto de recomendaciones que permitan resolver la problemática de estudio. Como conclusión importante se indica que la empresa debe implementar el Programa de RSE propuesto para que sea reconocida como ética y socialmente responsable.

Palabras Clave: valores éticos, asociatividad, confianza y conciencia cívica.

## INTRODUCCION

A través del tiempo, las organizaciones empresariales han sufrido transformaciones de tipo social, cultural, político, económico y tecnológico, las empresas sirven y se sirven de la sociedad, por lo que no deben desligarse de ella, ya que son entes sociales que tienen una responsabilidad que cumplir con la misma.

Algunos economistas entre ellos Milton Friedman, (1959) sostenían que la única responsabilidad de las empresas y sus directivos era garantizar y maximizar los beneficios económicos para los accionistas. Actualmente por los cambios y transformaciones que han tenido las organizaciones, esto ha cambiado ya que tienen que atender o cumplir con una responsabilidad social (RS), que garantice su permanencia en el tiempo.

Es muy común escuchar que las empresas son asociaciones de personas para la explotación de un negocio que tienen un determinado objetivo, que puede ser el lucro o atención a una necesidad social. Con el pasar del tiempo esto se ha ido transformando, así como la visión de las empresas, el factor fundamental para este cambio está relacionado con el mayor protagonismo de los consumidores y la fuerza trascendente que opera desde el mercado. En este criterio interviene de manera sustancial un nuevo concepto, "Responsabilidad Social" que prevé y atiende no solo las necesidades propias de un producto o servicio con más ética, el nivel de compromiso de la empresa con la sociedad es fundamental, siendo ponderado cada vez con mayor incidencia en las expectativas de los consumidores.

Esto se refiere a las diferentes acciones o iniciativas que tiene la empresa hacia la sociedad, éstas iniciativas no sólo entregan un valor agregado a los receptores sino que además refuerzan la reputación de las empresas, sus marcas y productos en las comunidades donde ellas tienen intereses comerciales así como en el resto del mundo.

La gerencia de las empresas ante los cambios ya mencionados ha tenido que implementar eficientes políticas y estrategias de responsabilidad social (RS) para desarrollarse, crecer y mantenerse en el tiempo.

La acción de responsabilidad social va dirigida a que las empresas desarrollen una visión integral de futuro, que no solo incorpore a la comunidad donde prestan el servicio, sino que también incorpore al país en su totalidad; que promueva la proyección interna y externa de la empresa no sólo con dinero y equipos sino también a los talentos humanos y profesionales ya que estos, pueden aportar sus conocimientos en pro de la empresa y la sociedad. Esta acción de responsabilidad social también origina liderazgos internos, los mismos que contribuyen a reforzar la misión que se traza la empresa y la descentralización de los niveles de autoridad, con lo cual mejora la productividad empresarial.

Es por ello que hoy en día la importancia de la empresa en el desarrollo social y económico es evidente, y las expectativas de los consumidores sobre el papel que aquella debe desempeñar en la comunidad son cada vez mayores. La realidad social, económica y política, de nuestro país y del mundo entero, está pidiendo a la empresa que se transforme y modernice para responder a las nuevas necesidades y demandas sociales.

Por lo tanto, una empresa socialmente responsable es aquella que además de ofrecer productos y servicios de buena calidad, genera utilidades y empleos, coadyuva con los impuestos y atiende a los problemas comunitarios proponiendo soluciones a los mismos, es decir, la responsabilidad social de las empresas es el compromiso de éstas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando directamente con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida.

Conviene subrayar, que la responsabilidad principal de las empresas radica en generar beneficios, pero al mismo tiempo pueden contribuir al logro de los objetivos sociales y medioambientales, integrando la responsabilidad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades.

Por lo que las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan. Deben tener un claro conocimiento de todo lo que rodea su empresa, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, leyes que rigen su operación, y todas las actividades relacionadas directa e indirectamente con la empresa.

Dentro de este contexto, la presente investigación se centraliza en una empresa representativa del estado Sucre Licorería La Florida C.A, la cual proyecta su imagen tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. La misma se encarga de producir una gama de licores de excelente calidad y relación valor/precio, orientados a satisfacer y exceder las necesidades y expectativas de sus clientes, con grandes compromisos con su activo humano y la comunidad.

La empresa Licorería La Florida, C.A. es una organización dedicada a la fabricación y envejecimiento de bebidas alcohólicas, dedicada al desarrollo, elaboración y venta de productos de alta calidad, siempre en la búsqueda de satisfacer y exceder las necesidades y expectativas de sus clientes, con un ambiente de trabajo seguro, higiénico y armonioso; equipada con maquinarias e instrumentos de productos adecuados a las nuevas tecnologías, y con un sistema de gestión de la calidad adaptado a modernas tendencias y a los requerimiento de sus clientes, apoyándose siempre en un talento humano preparado, competente y motivado.

La empresa Licorería La Florida, C.A está ubicada en la Avenida Las Palomas, Complejo Industrial RYQ, Cumaná – estado Sucre. Dentro de su estructura física mantiene tres departamentos, esto producto de los servicios que presentan la empresa como son el Departamento de Gerencia de Recursos Humanos, Gerencia de Administración y la Gerencia de Operaciones.

El propósito general de esta investigación consistió en Diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Licorería La Florida, C.A. ya que esta empresa no cuenta con políticas ni programas establecidos para éste concepto, se limitan sólo en dar donaciones cuando se lo solicita alguna institución sin fines de lucro o la comunidad donde reside. Ésta no tiene ningún impacto significativo dentro de su comunidad (Las Palomas) ya que no realiza acciones de responsabilidad social.

Dicho trabajo de investigación está estructurado por cinco (5) capítulos los cuales se desarrollaran con mayor profundidad para darle respuesta al problema de investigación, quedando de la siguiente forma:

En el **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 de la investigación, las fuentes de información, las técnicas e instrumentos de recolección de datos y las técnicas de procesamiento y análisis de datos.

El **Capítulo II**, está conformado por los aspectos generales de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), abordando los definición del término RSE, objetivo, importancia, características, los argumentos a favor y en contra de la RSE, cuáles son las áreas de compromiso de la RSE , los principios éticos de la RSE y la tipología de Programas de Responsabilidad Social es decir, definición PRSE, tipos PRSE, diseño PRSE y la implementación del PRSE, así mismo los términos que ameriten una definición más precisa.

EL **Capítulo III**, engloba los aspectos generales de la empresa Licorería La Florida C.A.

El **Capítulo IV**, aborda el análisis de los resultados, el cual comprende todas las interrogantes y respuestas necesarias del objeto de estudio.

El **Capítulo V**, está dirigido a reflejar toda la información necesaria para el Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la empresa Licorería La Florida, C.A.

# **CAPITULO I PROBLEMA Y METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

## **1.1 Problema de la Investigación**

### **1.1.1 Planteamiento del Problema**

La humanidad a pesar de una constante globalización a nivel político y económico atraviesa por graves problemas que no contribuyen al mejoramiento de la calidad de vida de muchos ciudadanos, tales como la contaminación ambiental, pérdida de principios y valores, precariedad laboral, etc.), debido en gran medida a la indiferencia que han asumido muchas empresas en el contexto social. El afán por el lucro por encima del beneficio social o colectivo ha dejado la responsabilidad social de un lado, no teniendo en cuenta que debe ser visto como una inversión a largo plazo y una mejora sustancial de los recursos de las organizaciones y una mejor imagen o prestigio con sus grupos de interés y el ambiente en el cual desarrolla sus actividades.

Cabe destacar, que estos problemas que van en contra de la humanidad y del mundo entero no son consecuencia exclusiva de la falta de responsabilidad social de las empresas, sino que también surgen por la aplicación de políticas blandas, imprecisas e irresponsables de gobiernos permisibles y transigentes, los sistemas de corrupción y la poca preocupación e importancia concedida en el tema por parte de entidades educativas.

El tema de responsabilidad social empresarial, aún no ha sido asimilado con la suficiente seriedad que merece, pues; su filosofía y la forma en que se ha venido tratando tiende a ir en contradicción con los intereses de las empresas, los que son, sin duda alguna; producir ganancias, es decir, que la actividad empresarial sea un ejercicio rentable.

Esto es cierto, sin embargo, los empresarios deben entender que si quieren que sus empresas se desarrollen, crezcan y se mantengan en el tiempo, deben implementar políticas de responsabilidad social que los ayude a lograr los objetivos, además deben asumir que se pueden hacer excelentes negocios dentro de un marco de ética adecuándose a nueva dinámica social que demanda acciones de sus empresas para que puedan ser reconocidas como éticamente responsables.

En este sentido, las organizaciones en su conjunto deben tener presente las consecuencias que sus acciones producen en la calidad de vida de la población, asumiendo la responsabilidad no solo ante sus accionistas sino ante una comunidad que cada día se hace más numerosa y en la que repercute directa e indirectamente la manera como tratan de obtener sus ganancias o ingresos.

Los países de América Latina, destacando Venezuela, se han visto afectados por empresas que no asumen una conducta socialmente responsable, ya que las mismas han evadido aspectos legales, éticos, morales y ambientales, bien sea por sus políticas o la carencia de ellas, por sus sistemas de dirección o por una serie de costumbres y vicios empresariales que las caracterizan. Pero, importa destacar que también cuenta con un significativo número de empresas locales y foráneas que han asumido la responsabilidad social empresarial como eje fundamental en sus políticas hacia los diferentes ámbitos de acción social.

En los primeros casos encontramos que la falta de valores éticos y morales, constituyen sin duda alguna el principal elemento del problema en las empresas del país. La búsqueda de utilidades y el afán de generar resultados a toda costa sin medir consecuencias, no permite que la empresa cumpla con su rol social.

En sentido general la responsabilidad social es una visión sobre la empresa que procura el respeto a los valores éticos, a las personas, a las comunidades y al medio ambiente que la rodea, como una estrategia integral que aumenta su valor y su nivel de competitividad.

De acuerdo a lo antes mencionado, es necesario hacer un diseño de un programa de responsabilidad social empresarial para que la empresa la Licorería La Florida, C.A., incorpore dentro de sus políticas organizacionales la responsabilidad social como elemento diferenciador de su sensibilidad empresarial y finalmente, sea reconocida por su grupo de interés como una empresa socialmente responsable.

En virtud de hacer esta propuesta se plantearon las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los aspectos generales que caracterizan a la Responsabilidad Social Empresarial?

¿Cómo la empresa Licorería La Florida, C.A. promueve la Cultura de Responsabilidad Social?

¿Cómo fomenta la empresa Licorería La Florida, C.A. valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes?

¿Cuál es la forma de contribución de la responsabilidad social, implementada por la empresa Licorería La Florida, C.A. en la construcción de Capital Social?

¿Cómo podría estructurarse un programa de RSE para la empresa Licorería La Florida, C.A.?

### **1.1.2 Objetivos de la Investigación**

#### **1.1.2.1 Objetivo General**

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.

#### **1.1.2.1 Objetivos Específicos**

- Describir los aspectos generales de la Responsabilidad Social Empresarial.

- Identificar las políticas empresariales que deben estar presente en la cultura de Responsabilidad Social.

- Analizar los valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes de la Responsabilidad Social Empresarial de la empresa La Florida C.A.

- Medir la forma que la empresa Licorería La Florida, C.A promueve, apoyo a la comunidad, condiciones de ambiente, trabajo y empleo, protección del medio ambiente y mercado responsable.

- Identificar las áreas de contribución de la Responsabilidad Social de la Empresa Licorería La Florida, C.A. en la construcción de su capital humano.

- Proponer un programa de Responsabilidad Social Empresarial a la

empresa Licorería La Florida, C.A.

### **1.1.3 Justificación de la Investigación.**

Esta investigación está enfocada en conocer el alcance que tienen los diversos Sistemas de Responsabilidad Social Empresarial en el mundo de las organizaciones, y así mismo orientar su importancia para un excelente funcionamiento de la empresa a través de la cual se propone Diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial a la empresa Licorería La Florida C.A, con la finalidad de ofrecerles mejoras a sus trabajadores y comunidades adyacentes, fortaleciendo así la imagen corporativa de la organización.

De igual manera, los resultados proporcionan una información clara y precisa de los aspectos más relevantes en la responsabilidad social empresarial, para una buena gestión por parte de la empresa Licorería La Florida C.A, así mismo, tiene el propósito de promover el desarrollo de sus trabajadores y contribuir con las comunidades adyacentes que permitan realizar de forma eficiente las actividades de la empresa.

Por tal motivo, esta investigación proporciona a todos los integrantes de la Universidad de Oriente, tales como: (profesores, estudiantes, personal administrativos, empleados y obreros) conceptos y herramientas que le permiten conocer la realidad en cuanto a los Programas de Responsabilidad Social Empresarial y tener un documento de respaldo a posibles investigaciones que se lleven a futuro referentes al tema de investigación planteado.

## **1.2 Marco Metodológico**

Según Hurtado (2000, p.75), “la metodología es el estudio de los modos o maneras de llevar a cabo algo”

Así mismo, Balestrini (2001, p.25) dice que:

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

Por lo antes expuesto, se puede decir que el marco metodológico es aquel que va a dar respuesta a los objetivos planteados por medio de sus procedimientos y herramientas, es el que va a dar fin a la investigación.

### **1.2.1 Diseño de investigación**

Según Arias (2006, p.26) el diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la investigación se clasifica en: documental, de campo y experimental.

Como se ha dicho, el diseño de investigación consiste en la metodología o estrategia que se va a utilizar para dar respuesta al problema de investigación. En este caso, el diseño es de campo y según el mismo autor:

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 el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes.

Dicho de otra manera, la investigación de campo se encuentra caracterizada por obtener los datos de primera mano, es decir, la recolección se hace de forma empírica sin que exista la posibilidad de controlar alguna variable.

Esta investigación tiene un diseño de campo ya que la información recolectada fue tomada del lugar donde se desarrolla el problema y de los sujetos considerados como informantes clave de igual manera se recurrió a libros, revistas, tesis e informaciones en línea (Internet).

### **1.2.2 Nivel de Investigación.**

La investigación es de tipo descriptivo, debido a que se dirige a la búsqueda de información acerca de un hecho, fenómeno, situación o proceso, para describir sus aplicaciones, su forma de operar y cuáles son las características del mismo, permitiendo conocer cómo influye la implementación de un Diseño de programa de Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Licorería La Florida, C.A.

En ese sentido, según Hurtado (2000 p.77) “La investigación descriptiva tiene como objetivo la descripción precisa del evento de estudio”.

### **1.2.3 Población y Muestra**

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

Para Arias (2006 p. 81) “La población es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”.

La población de ésta investigación es de tipo finita, ya que está conformada por la cantidad de elementos que son los trabajadores de la empresa Licorería La Florida, C.A., conformado por 71 personas. Por ser éste un estudio orientado hacia el Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial para la misma, se considero una parte representativa de la población accesible del (42,25 %) debido a sus características y su numerosidad, facilitando la precisión de las respuestas pues no hay posibilidad de ocurrencia de desviaciones que pudieran perturbar los resultados, cumpliendo con los parámetros establecidos metodológicamente.

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

A su vez, Arias (2006 p. 83) define la muestra como: ...”subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible”, es decir, es una parte representativa de la población a estudiar.

Según Arias (2006, p. 86-87) existen varios criterios a tomar en cuenta al seleccionar el tamaño de la muestra entre los cuales se mencionan los siguientes:

- Criterios estadísticos: mediante el uso de formulas o el empleo de las tablas de Harvard
- Criterios relacionados con las posibilidades del investigador, lo que incluye recursos y tiempo asignado. Se recomienda seleccionar muestras no probabilísticas en función con los objetivos del investigador.
- Criterios señalados en la bibliografía especializada, donde se mencionan lo importante de usar una muestra tan grande como sea posible. En diseños de investigación experimental tomar como mínimo 30 sujetos en cada grupo; y en investigaciones descriptivas seleccionar entre el 10% y el 20% de la población accesible. En investigaciones sociales se recomienda trabajar con el 30% de la muestra.

La población comprende: 24 empleados y 47 obreros, lo que resulta un total de 71 personas.

Tomando en cuenta los criterios citados por Arias (Ob.Cit.) y la ubicación de los empleados y obreros que componen el universo de estudio, se seleccionó una muestra de 10 empleados elegidos al azar, es decir, aproximadamente el 42,% de la población accesible cumpliendo así con lo

recomendado por autor en las investigaciones de carácter descriptivo, donde se toma un mínimo del 20% de la población.

- Para ser más específicos, de los 24 empleados que tiene la empresa Licorería La Florida, C.A, seleccionamos 10 personas al azar lo que corresponde al 42%.

24 \_\_\_\_\_ 100% de la población accesible

10 \_\_\_\_\_ X

$$X = \frac{10 \times 100}{24} = 41,66\% \sim 42\%$$

- Para el caso de los Obreros, se tomó como muestra a 20 personas elegidos al aza del total de 47 resultando que se tomo un 42,55% lo que corresponde al 43%.

47 \_\_\_\_\_ 100% de la población accesible

20 \_\_\_\_\_ X

$$X = \frac{20 \times 100}{47} = 42,55\% \sim 43\%$$

#### **1.2.4 Fuente de Información.**

Según el instructivo para la elaboración de Proyecto de Trabajo de Grado (2006 p. 14).

La fuente de información es todo aquello que suministra datos o información para el estudio. Se distingue según su naturaleza en fuentes documentales (secundarias) y fuentes vivas (primarias). Por consiguiente, se considera fuentes secundarias todos los soportes materiales o digitales en lo que se registra y conserva una información, y fuentes primarias todas aquellas personas que suministran información en una investigación de campo.

Por consiguiente las fuentes de información las constituyen todos los elementos capaces de proporcionar información para ser utilizada en una investigación, clasificándose, en información primaria e información secundaria. En donde la primera son aquellas que contienen información nueva u original y la segunda son aquellas que contienen material ya conocido y siguen un formato predeterminado. Se obtienen a través de documentos impresos como libros, revistas, tesis, entre otros.

Con respecto al desarrollo de esta investigación se utilizaron fuentes tanto primarias como secundarias; las fuentes primarias de donde se extrajo la información están conformadas por los empleados que laboran en la empresa Licorería La Florida C.A a través de la aplicación de las técnicas de recolección de información (cuestionarios y entrevistas). Las fuentes secundarias que se utilizaron fueron: material bibliográfico (libros, tesis, revistas, monografías), páginas Web, entre otros.

### **1.2.5 Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.**

Según Arias (2006 p.67) “Se entenderá por técnica, el procedimiento o forma particular de obtener datos o información”, también señala que (Ob.Cit.p.69) “Un instrumento de recolección de datos es cualquier recurso, dispositivo o formato que se utiliza para obtener, registrar o almacenar información”.

Las técnicas para la recolección u obtención de datos es una forma previamente establecida de recolectar información necesaria para la realización de la investigación, mediante diferentes tipos de recursos aplicables al objeto de estudio para mantener almacenada y registrada la información, es decir, el cuestionario y la entrevista reúnen una serie de preguntas previamente estructuradas referidas a un evento en particular, situación o temática, sobre el cual el investigador desea obtener información para darle respuesta a su pregunta de investigación.

En la presente investigación se utilizó como técnica de recolección de información el cuestionario aplicado en la empresa Licorería La Florida, C.A., dicho de otra manera, la información recabada le permitirá al investigador analizar si la empresa actúa con Responsabilidad Social Empresarial (RSE).

### **1.2.6 Técnicas para el Análisis e Interpretación de la Información**

Según Arias (2006 p. 111) en esta parte:

Se describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso. En lo referente al

análisis, se definirán las técnicas lógicas (introducción, deducción análisis-síntesis), o estadísticas (descriptivas o inferenciales), que serán empleadas para descifrar lo que revelan los datos recolectados.

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

## CAPITULO II MARCO TEÓRICO

### 2.1 ASPECTOS GENERALES DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

Actualmente, el sistema económico ha desarrollado una serie de actividades sociales como herramienta útil de estrategia que les permite vincularse con las comunidades ayudándolas a resolver algunas situaciones, esto no quiere decir que las empresas tienen que solucionar los problemas de otros sectores, pero si es elemental que las organizaciones empresariales se interrelacionen con las comunidades para generar valor social y económico debido a que ellas sirven y se sirven de la sociedad que las rodea.

Este capítulo tendrá una serie de propuestas teóricas que se utilizan de fundamento, lo cual permite mostrar el problema en estudio, situándolo en un área específica del conocimiento. Por lo que el marco teórico está relacionado con los antecedentes de la investigación y bases teóricas. Al respecto, Arias (2006 p. 106) señala que: **“el marco teórico o referencial, es el producto de la revisión documental-bibliográfica, y consiste en una recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones, que sirven de base a las investigaciones por realizar”**

Además (Ob. Cit p. 107), las bases teóricas “implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado”.

Dicho de otra manera, las bases teóricas sirven de aporte teórico para el avance de la investigación, en la misma se desarrollaron las definiciones, teorías y enfoques relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial y los Programas de Responsabilidad Social, todo enmarcado de acuerdo con las dimensiones que conforman los objetivos a desarrollar en la investigación.

### **2.1.1. Definición de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

Según la organización Responsabilidad Social Empresarial de las Américas (2001 p. 94) La responsabilidad social empresarial es “el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para mejorar su calidad de vida”.

De igual forma se conceptualiza la RSE en la página Web [http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que es RSE noviembre 29,2011](http://siteresources.worldbank.org/CGCSRLP/Resources/Que+es+RSE+noviembre+29,2011) como “el compromiso que tiene y debe cumplir la empresa con la sociedad, respetando los valores éticos, la gente y medios ambientales”

Hoy en día, La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es una expresión reconocida mundialmente. Se refiere al rol que deben llevar a cabo las empresas en la sociedad, considerando no sólo los aspectos de tipo económicos, sino también, los sociales, culturales y ambientales. Ésta se basa en que las empresas forman parte de un sistema social, organizado por personas quienes ayudan a contribuir al bienestar de la misma y, por tal motivo, las empresas deben recompensar a la sociedad donde operan por esos beneficios obtenidos.

La responsabilidad social empresarial como se ha dicho es un enfoque sobre la empresa, que concibe el respeto a los valores éticos, a los individuos, comunidades y al medio ambiente, como una estrategia integral

que incrementa el importe añadido, y por tanto, mejora la situación competitiva de la empresa. Así también se refiere a un conjunto comprensivo de políticas, prácticas y programas que se incorporan a todas las operaciones y procesos de la toma de decisiones empresariales.

### **2.1.2 Objetivo de la Responsabilidad Social Empresarial**

El objetivo principal que tiene la responsabilidad social empresarial es el impacto positivo que genera en los diferentes espacios con los que la empresa tiene relación, además de contribuir en la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Las empresas tienen la responsabilidad de conocer el entorno en el que operan, no solo en términos geográficos, sino en términos del conjunto de reglas, normas y leyes que rigen su operación, y todas las actividades que se relacionan de manera directas e indirectamente con la empresa.

Es importante reconocer que una empresa socialmente responsable debe serlo en principio desde su interior ya que su primordial responsabilidad es con sus trabajadores, que en definitiva son los que hacen posible el negocio.

En una empresa donde no existen problemas internos, donde se tenga sentido de pertinencia, así como valores éticos, existe transparencia en las operaciones y se cumple con los requerimientos legales, transmite mayor confianza y prestigio hacia las terceras personas como lo son: proveedores, clientes, gobierno y con la sociedad en general. Una vez cumplidos estos requerimientos fundamentales, la empresa puede enfocarse hacia la dimensión externa y tendrá mayor impacto positivo.

### **2.1.3- Importancia de la Responsabilidad Social Empresarial**

La responsabilidad social es importante en una empresa, porque es considerada como inversión, disminuye los costos por paralización de operaciones o seguridad, reduce la posibilidad de conflictos con la población, y mejora la productividad. Al contar con trabajadores motivados o con mejores condiciones de salud, contribuye a incrementar su fidelidad o lealtad con la empresa obteniendo resultados positivos en cuanto a la realización de sus actividades. Porque, al considerar sus necesidades, mejora el ambiente interno y la seguridad de los trabajadores, mejora el ambiente externo al identificar y mitigar los impactos que sus actividades pueden generar en el entorno, además, de brindar una imagen de responsabilidad de la empresa.

En la actualidad las empresas representan una gran oportunidad en el desarrollo y crecimiento económico de los países y para la creación del bienestar de la sociedad. La responsabilidad social empresarial es un elemento 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. Es inevitable para ser competitivo en los mercados del siglo XXI que las expectativas se alinien con los objetivos dentro de un marco de responsabilidad social, donde todas las partes involucradas son cada vez más exigentes.

### **2.1.4- Características de la Responsabilidad Social Empresarial.**

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

**noviembre 29, 2011 podemos destacar los siguientes aspectos:**

1. **Absorción de los problemas sociales:** educación, comunidad y

medio ambiente, son las áreas que trabajan más los ejecutivos desde las empresas.

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

**3. RSE interna en estado embrionario:** la RSE inicio sus pasos de la mano del modelo filantrópico anglosajón, mayoritariamente. Eso provoco una “explosión” de acciones de las empresas hacia la comunidad, centrando todo su accionar socialmente responsable en el plano externo. En los últimos dos años se comenzó a revalorizar y reenfocar la importancia del ámbito interno, y la RSE comenzó a llegar hacia los colaboradores a través de distintos programas y acciones concretas.

**4. Sostenibilidad aún no es estratégica:** pensar en la sostenibilidad de la sociedad, es pensar en la sostenibilidad del negocio en sí. Por ello también, van ganando fuerzas los programas de negocios inclusivos.

**5. Capacidad para innovar:** en América Latina la innovación fluye. Sabemos resolver los problemas con rapidez y re-adaptarnos al cambio en tiempos de crisis y, en la gestión de la RSE también hay lugar para esto, sólo hace falta desarrollarlo más. Es por eso, que muchas acciones de responsabilidad social en empresas latinoamericanas pueden ejecutarse prácticamente a cero costos.

### 2.1.5- Argumentos a favor y en contra del Compromiso Social de las Empresas

Existen argumentos tanto a favor del compromiso social de las empresas que apoyan el hecho de que los negocios sean socialmente responsables, así como también los hay en contra del compromiso de las empresas de asumir la responsabilidad social.

Koontz y Weinrich (1998 p. 54) presentan los siguientes argumentos:

**Tabla Nº 1**  
**Argumentos a favor y en contra de la RSE**

<b>Argumentos a favor</b>	<b>Argumentos en contra</b>
<p>1. Las necesidades públicas han cambiado y con ellas las expectativas. Las empresas deben su constitución a la sociedad, de manera que están obligadas a responder a las necesidades de ésta.</p> <p>2. Creación de mejores condiciones sociales beneficia tanto a la sociedad como a las empresas. La sociedad se beneficia gracias a mejores</p>	<p>1. El deber básico de las empresas es optimizar sus ganancias concentrándose únicamente en sus actividades económicas. El compromiso social puede reducir la eficiencia económica.</p> <p>2. En última instancia, la sociedad se ve obligada a pagar el compromiso social de las empresas a través de precios más altos. El compromiso social daría lugar a costos excesivos</p>

<p>vecindarios y oportunidades de empleo; Las empresas se benefician de una comunidad mejor, ya que la comunidad es la fuente de su fuerza de trabajo y la consumidora de sus bienes y servicios.</p> <p>3. El compromiso social desalienta la regulación e intervención adicional del gobierno. El resultado es mayor libertad y más flexibilidad en la toma de decisiones para las empresas.</p> <p>4. Las empresas poseen mucho poder, el cual cabe suponer que debería acompañarse de igual cantidad de responsabilidad.</p> <p>5. La sociedad moderna es un sistema interdependiente, de manera que las actividades internas de las empresas tienen impacto en el ambiente externo.</p> <p>6. El compromiso social puede</p>	<p>parar las empresas, las cuales no pueden comprometer sus recursos en la acción social.</p> <p>3. El compromiso social puede provocar una situación desventajosa en la balanza de pagos. El costo de los programas sociales se razona y tendría que sumarse al precio de los productos. Así, las compañías estadounidenses que realizan ventas en los mercados internacionales se verían en desventaja al competir con compañías de otros países que no deben cargar esos costos sociales.</p> <p>4. Las empresas poseen ya suficiente poder, el cual aumentaría sin embargo (lo mismo que la influencia que ejercen) con adicional participación social. Los empresarios carecen de las habilidades sociales necesarias para resolver los problemas de la sociedad. Su capacitación y</p>
---	--

<p>beneficiar a los accionistas.</p> <p>7. Los problemas pueden convertirse en ganancias. Objetos considerados como desperdicio, las latas vacías de refrescos, por ejemplo; pueden reutilizarse y ser muy rentables.</p> <p>8. El compromiso social crea una imagen pública favorable. Así, una empresa puede atraer clientes, empleados y accionistas.</p> <p>9. Las empresas deben resolver problemas que otras instituciones han sido incapaces de solucionar. Éstas son fuente de nuevas ideas.</p> <p>10. Es mejor prevenir problemas sociales por medio de la participación de las empresas que lamentarlos.</p>	<p>experiencia se reduce a las materias económicas, de modo que es probable que sus habilidades no sean pertinentes para los problemas sociales.</p> <p>5. No existen medios para que las empresas rindan cuentas a la sociedad. A menos que éstos puedan establecerse, las empresas no deberían intervenir.</p> <p>6. Se carece de entero apoyo para la participación en acciones sociales. En consecuencia, los desacuerdos entre grupos con diferentes puntos de vista causarán fricciones.</p>
---	--

**Fuente:** Koontz y Weinrich (1996 p. 54)

## 2.1.6- Áreas de compromiso de La Responsabilidad Social

### Empresarial:

Para conocer el gran compromiso de La Responsabilidad Social Empresarial, se hace necesario evaluar los avances en el tema de la Responsabilidad Social en las siguientes cinco (5) áreas: [http://www.centrase.org/main.php?id\\_area=15](http://www.centrase.org/main.php?id_area=15) febrero17/2012,

**Figura N° 1**  
**Áreas de Compromiso de RSE**



**Fuente:** [http://www.centrase.org/main.php?id\\_area=15](http://www.centrase.org/main.php?id_area=15)

1.- ódigos de  
valores y ética, competencia leal, relación público-privada, en la toma de  
decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos.

**2.-Calidad laboral:** Se refiere a las diferentes políticas vida personal-laboral, diversidad, respeto, no discriminación, salud, seguridad y condiciones de trabajo, desarrollo profesional y personal, participación, despidos (desvinculaciones).

**3.-Medio ambiente:** Se refiere al gran compromiso de reciclaje, ahorro energético, diseño y construcción “ecológica”, prevención de la contaminación.

**4.-Marketing responsable:** Marketing con causa social, ética publicitaria y técnicas de venta, privacidad del consumidor, calidad, seguridad y etiquetado producto, cadena de proveedores.

**5.-Compromiso comunitario:** Se refiere al amplio apoyo a proyectos o causas sociales, voluntariado corporativo, reporte social y evaluación de desempeño

#### **2.1.7.- Principios Éticos de la Responsabilidad Social Empresarial.**

De acuerdo con Acosta, Lugo y Salcedo (2011 p. 32), la Responsabilidad Social Empresarial está ligada a los siguientes principios:

**Tabla N° 2**  
**Principios de la RSE**

<b>Responsabilidad</b>	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.
<b>Justicia</b>	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.
<b>Solidaridad</b>	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.
<b>Cooperación</b>	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.
<b>Retribución</b>	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.
<b>Aceptación</b>	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.
<b>Equidad</b>	La única diferencia entre un ser animal y un humano es la inteligencia, por ello, se debe forzar a actuar inteligentemente y consecuentemente

**Fuente: Acosta, Lugo y Salcedo, 2011, p. 32**

### **2.1.8.- Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

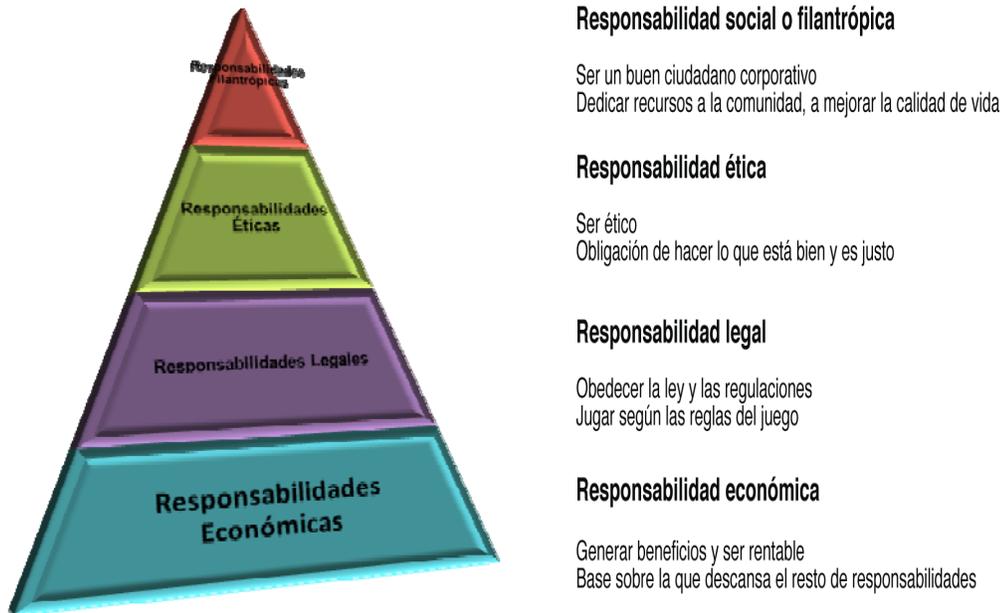
Según la página Web [www.clinicadrcalatayud.com](http://www.clinicadrcalatayud.com) 9/11/2011 se define Pirámide de la RSE como:

Una herramienta que ha sido creada con el propósito de ayudar a las empresas a definir las áreas de acción en términos de responsabilidad social empresarial. Es a través de la pirámide que las empresas tienen los criterios que necesitan a la mano para poder diseñar políticas de RSE.

En este sentido, la RSE se logra evidenciar a través de la ejecución de políticas empresariales que generan un impacto positivo tanto a lo interno como a lo externo para las empresas que las apliquen.

Así mismo, la Teoría de la Pirámide fue desarrollada por Carroll en 1991, la cual plantea cuatro clases de responsabilidades sociales de las empresas, vistas como una pirámide. Estas clases de responsabilidades son las siguientes: económicas, legales, éticas y filantrópicas.

**Figura N ° 2**  
**Pirámide de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**



**Fuente:** <http://www.clinicadrcalatayud.com/pdf/pdf-PCarroll.pdf/> **9/11/2011**

## **2.2- Programas de Responsabilidad Social**

### **2.2.1 Definición de Programa Responsabilidad Social**

Es un conjunto de instrucciones u órdenes basadas en un lenguaje de programación que una computadora interpreta para resolver un problema o una función específica.

Por otro lado, lo define Koontz (1998 p. 784) como “el conjunto de metas, políticas, procedimientos, reglas, asignaciones de tareas, pasos a seguir, recursos a emplear y otros elementos necesarios para ejecutar un determinado curso de acción, normalmente respaldado por el capital y presupuesto de operación”.

La enciclopedia del Empresario (2001 p. 674) define programas como “un conjunto de proyectos interdependientes, dirigido de una forma coordinada, que proporciona los resultados deseados”.

En este sentido, los programas son pasos, procedimientos y políticas que coordinados u orientados entre sí sirven para resolver un problema específico obteniendo los resultados esperados por la organización en un momento determinado.

### **2.2.2 Tipos de Programas Responsabilidad Social.**

Acosta, Lugo y Salcedo hacen mención de los tipos de programas (2011, p. 36 y 37)

- **Programa cultural y educativo:** Es aquel dirigido a la formación integral de los usuarios y usuarias en los más altos valores del humanismo, la diversidad cultural, así como, los principios de participación protagónica del ciudadano en la sociedad y el Estado, a los fines de hacer posible, entre otros aspectos:
  - Su incorporación y participación en el desarrollo económico, social, político y cultural de la nación.
  - La promoción, defensa y desarrollo progresivo de los derechos humanos, garantías y deberes, la salud pública, la ética, la paz y la tolerancia.
  - La preservación, conservación, defensa, mejoramiento y mantenimiento del ambiente, para

promover el desarrollo sustentable del hábitat, en su propio beneficio y el de las generaciones presentes y futuras.

-El desarrollo de las ciencias, las artes, los oficios, las profesiones, las tecnologías y demás manifestaciones del conocimiento humano, en cooperación del sistema educativo.

-El fortalecimiento de la identidad, soberanía y seguridad de la nación.

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

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

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

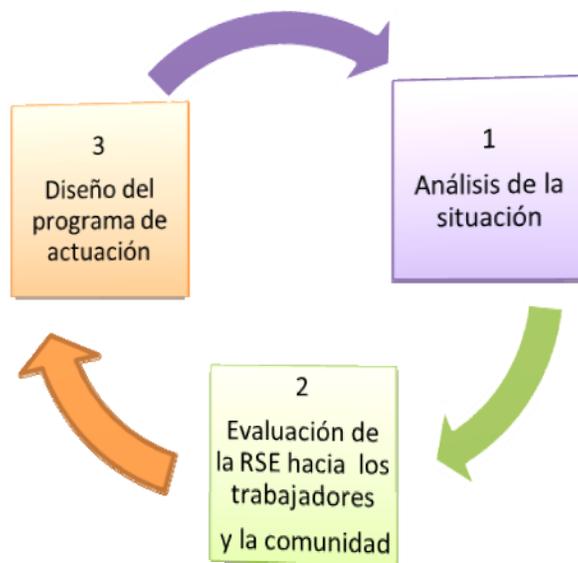
• **Programa recreativo o deportivo:** Dirigido a la recreación, entretenimiento y el esparcimiento de los usuarios y usuarias, y que no clasifique como programa de tipo cultural y educativo, informativo o de opinión.

- **Programa mixto:** El que combine cualquiera de los tipos de programas anteriores enumerados.
- **Programa de higiene y seguridad industrial:** Este se establece con el fin de dar a conocer al trabajador los riesgos y condiciones seguras de trabajo, las cuales, ayudan a minimizar los accidentes laborales.

### 2.2.3- Diseño de Programas de Responsabilidad Social.

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:

**Figura N ° 3**  
**Diseño de Programas de Responsabilidad Social**



## 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 durante la misma 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 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 para 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.

#### **2.2.4 Implementación de un programa de Responsabilidad Social.**

Hay que mencionar que para 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, p. 32) los 9 pasos para implementar un programa de RSE.

- 1.- Se debe asignar a una persona como responsable del programa y desarrollar una estructura. Esta persona debe reportar por lo menos, a los niveles directivos o a un miembro del Consejo de Administración.
- 2.- Se debe establecer una revisión de lo que la empresa está haciendo en ese momento con respecto a la RSE. Se debe determinar la diferencia entre donde está la empresa en el presente y donde desea estar.
- 3.- Se establecen las expectativas y perspectivas de los accionistas.
- 4.- Se redacta una declaración de políticas que abarquen áreas de la RSE, como asuntos ambientales, sociales y comunitarios.

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

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

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

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

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

## **CAPÍTULO III ASPECTOS GENERALES DE LA EMPRESA LICORERIA LA FLORIDA C.A. ESTADO SUCRE**

### **3.1 Reseña histórica de la empresa Licorería La Florida, C.A**

La página Web <http://www.laflorida.com.ve/> reseña la historia de la empresa Licorería La Florida, C.A

Licorería La Florida es una empresa dedicada a la fabricación, envejecimiento y envasado de bebidas alcohólicas, fue fundada en 1972 en la ciudad de Cumaná, estado Sucre; por Don Rafael Rosendo Yáñez Quijada, quien desde el año 1948 practicaba el oficio en la población de Nueva Colombia, localizada en la zona central del estado Sucre, al nororiente de Venezuela, región donde se comenzaron a producir los primeros rones del país, en una época donde esta bebida hizo famoso al Caribe.

Don Rafael Rosendo Yáñez Quijada, nació en el seno de una familia que por varias generaciones se ha dedicado a la destilación del jugo de la caña de azúcar. Comenzó a muy temprana edad a aprender los secretos de su profesión, tiene hoy más de 60 años dedicado a continuar la tradicional fabricación de estos nobles licores llenos de historia.

La empresa es hoy por hoy una de las más representativas del estado Sucre, proyectando su imagen tanto dentro como fuera de nuestras fronteras. La excelente calidad de sus productos la ha hecho merecedora de numerosos reconocimientos nacionales e internacionales; entre los que destacan el Gold Mercury International Award, en 1981 y la Medalla de Oro de Lieja, Bélgica, en 1990.

Para la producción de licores, Licorería La Florida, C.A., une hoy los más avanzados recursos tecnológicos, con el esmero, dedicación y mística de las personas que intervienen en el proceso, permitiendo obtener productos de alta calidad e insuperables por su sabor y aroma. Estos productos son bebidas alcohólicas tropicales, preparadas a partir de alcohol anhidro o etílico, obtenido de la caña de azúcar. Una vez fermentada la melaza, se seleccionan las mejores levaduras para que su acción enzimática elimine los elementos tóxicos y perturbadores que producen malestar en el organismo. El envejecimiento o añejamiento, se realiza en barricas de roble americano, confiriéndole a los productos de La Florida, C.A., su aroma, color y sabor inconfundibles.

La extensa gama de productos, cumple con todos los requerimientos exigidos por las leyes venezolanas; y los continuos análisis cromatografitos a que son sometidos, permitiendo mantener la uniformidad de las particulares cualidades de cada uno de ellos. Es por eso que permanentemente se preocupa por incorporar en cada proceso, la más avanzada tecnología, contando hoy en día con modernas líneas de envasado, laboratorio de control de cantidad y las instalaciones adecuadas para garantizar la calidad y cantidad de productos, factores necesarios para atender las exigentes demandas del mercado nacional e internacional.

A esto, y como parte fundamental se agrega el esfuerzo diario del recurso humano, conformado por profesionales con un alto nivel técnico, que en armoniosa empatía con la organización, garantiza la constante superación en todos los procesos actuales, y permite encarar sin temores el futuro inmediato. Cabe señalar que el personal es el principal activo de la empresa Licorería La Florida y es el sostén de más de 50 familias en forma directa.

## **3.2 La Misión y la Visión de la empresa (<http://www.laflorida.com.ve/>)**

### **3.2.1 Misión**

Su misión es elaborar una gama de licores de excelente calidad y relación valor/precio, orientados a satisfacer y exceder las necesidades y expectativas de sus clientes, con sus grandes compromisos con su potencial humano, sus acciones y la comunidad.

### **3.2.2 Visión**

Su visión es consolidar su liderazgo en el oriente de Venezuela y afianzar el crecimiento hacia el centro-occidente del país. Incursionar en los mercados internacionales, todo apoyado en su sistema de calidad, su estabilidad financiera y su potencial humano. Cumplir como una empresa de gran responsabilidad social y con una orientación a sus clientes.

Actualmente la empresa Licorería La Florida C.A., le está dando mayor importancia a la responsabilidad social dando aportes que contribuyan a solucionar problemas sociales inherentes a la comunidad y condiciones medioambientales en sus operaciones comerciales y su relación con el entorno. Esto abarca a los clientes, trabajadores, comunidades, propietarios, inversores, gobierno, proveedores, empresas y cooperativas relacionadas directamente o no, con sus actividades comerciales. Por ello que su misión y visión van orientadas a satisfacer necesidades e incrementar los valores éticos de la empresa.

## **3.3 Política de la empresa.**

La política de la empresa se encuentra establecida en el Manual de Sistema de Gestión de Calidad LIFLORCA (Pág. 2)

Esta empresa está dedicada a la fabricación de bebidas alcohólicas, comprometida con el desarrollo, elaboración y venta de productos de alta calidad, siempre en la búsqueda de satisfacer y exceder las necesidades y expectativas de sus clientes, con un ambiente de trabajo seguro, higiénico y armonioso; equipada con maquinarias e instrumentos de producción adecuados a las nuevas tecnologías, y con un Sistema de Gestión de la Calidad adaptado a modernas tendencias y a los requerimiento de sus clientes, apoyándose en el talento humano preparado, competente y motivado.

Esta Política proporciona a la empresa un marco de referencia para el establecimiento de los Objetivos de Calidad, mediante el compromiso de cumplir con los requisitos y mejoramiento continuo de la eficacia del Sistema de Gestión de Calidad.

### **3.4 Objetivos de Calidad**

Los objetivos de calidad se encuentran claramente detallados en el Manual de Sistema de Gestión de Calidad LIFLORCA (Pág. 3)

- Cumplir con los requerimientos de productos de los clientes en cuanto a cantidad, tipo de productos y tiempos de entrega, comprometiéndose a velar por la adecuada preservación de los mismos, de forma tal que puedan mantener una cartera de clientes satisfechos y convertirse en un proveedor confiable para los clientes nacionales y futuros clientes internacionales.
- Asegurar la adquisición de materias primas, insumos, bienes y servicios de óptima calidad, que cumplan con los requisitos especificados por la organización para la efectiva realización de sus productos, satisfaciendo y excediendo las necesidades y requerimientos de sus clientes.

- Garantizar el suministro confiable y oportuno, hacia las líneas de envasado de bebidas alcohólicas de primera calidad, que cumplan con las especificaciones necesarias para satisfacer los requerimientos del producto y de la organización.
- Elaborar productos que cumplan con los requisitos establecidos para cada uno de ellos, garantizando su preservación y trazabilidad cumpliendo con la planificación programada por la organización.
- Garantizar el cumplimiento de los estándares de calidad requeridos por cada uno de los productos a través de la implantación de procesos de medición, mejora y trazabilidad.
- Mejorar a través de un plan estratégico de actividades las competencias, la sensibilización y el desarrollo integral del talento humano de la organización, enmarcado en un clima organizacional armonioso y que satisfaga las expectativas de sus trabajadores.
- Garantizar un ambiente de trabajo seguro, higiénico y ordenado que permita al personal desarrollar sus labores de manera efectiva cumpliendo lo establecido en el marco legal vigente.
- Mantener las maquinarias, equipos, instrumentos de medición y toda la infraestructura en general en óptimo estado de disponibilidad con la finalidad de garantizar la efectividad de los procesos.

### **3.5 Clasificación de los productos que elabora la Empresa**

Según la página <http://clientes.folletoweb.com/laflorida> 30 /11/11, encontramos que los productos que labora son:

- Rones Añejos. entre ellos: Siglo XX Reserva Especial y El Viejito.
- Licores Secos. entre ellos: Triple AAA, Triple Filtrado, Tres Coronas y Royal Blend.
- Bebidas Espirituosas Secas: La Florida, RY y El Pajarito.
- Licores Cordiales. entre ellos: Crema de Pon sigue Líder, Canela Líder y Anís El Pilar.
- Aguardiente: Platino (Aguardiente Anisado)
- Rones Añejos

Es una bebida que procede de Jamaica, Su nombre se debe al efecto que producía cuando los marineros y piratas estacionados en la isla bebían de este producto en exceso. Entonces se producía un rumbullion, es decir, un disturbio. El Ron es originalmente blanco, translúcido, pero el azúcar y su almacenamiento en barricas de madera lo tiñen de color pardo oscuro. Algunas variedades están aromatizadas con sabores de frutas tropicales o mezcladas con bebidas tales como Jerez y Solera. Mantienen en el mercado tres excelentes marcas de rones: Siglo XX Reserva Especial, El Descubrimiento y El Viejito.

Los rones añejos son preparado a base de mezclas de rones añejados 3 o más años en barricas de roble americano. Su característico bouquet a jerez español, lo hace por excelencia, el ron añejo perfecto para degustarlo solo o en las rocas.

- Licores Secos

Son bebidas hidroalcohólicas aromatizadas que se obtienen por maceración, infusión o destilación de diversas sustancias vegetales o frutas con alcoholes aromatizados, esencias o por combinación de ambos

procedimientos. Suelen estar endulzadas y coloreadas con azúcar, glucosa, miel o mosto de uva. Para hacerse acreedores de esta denominación, su contenido de azúcares debe estar entre 2,5% y 10% del volumen total y tener un grado alcohólico superior a los 15° GL. Tradicionalmente, este rubro ha sido el mercado fuerte de Licorería La Florida, C.A., donde destacan Triple AAA, Royal Blend, Triple Filtrado La Florida y Tres Coronas.

- Triple AAA

Es una bebida elaborada a base de mezclas de rones de más de 3 años de envejecimiento y whisky de malta escocesa. La idea de un licor preparado a partir de las bebidas alcohólicas más representativas de los continentes americano y europeo, nació de los maestros catadores de Licorería La Florida. A pesar de ser constantemente imitado, el exigente proceso de selección de las materias primas y el celo en su elaboración, lo ha mantenido en posición privilegiada dentro de su segmento en el mercado.

- Bebidas Espirituosas Secas

Son bebidas alcohólicas similares a los licores, pero con un contenido mínimo de azúcares, ya que su porcentaje total es inferior al 2,5% del volumen de la mezcla. Además, su grado alcohólico no debe exceder de los 38° GL. Por la sencillez de sus mezclas, son productos de precios muy asequibles, aunque por ello no pierden la excelente virtud de ser componentes primordiales en la elaboración de cocteles y otras bebidas mezcladas. Dentro de este ramo elaboramos: La Florida, El Potro y R.Y.

- La Florida.

Es el producto más emblemático de la organización, su excelente sabor, calidad y presencia lo han hecho un producto de referencia en el

mercado licorero regional. Ha hecho las delicias de los consumidores, sin distinción de razas ni clases sociales. Su característico sabor se debe a la presencia de maceración de virutas de roble, preparadas con el mayor esmero por los maestros catadores de Licorería La Florida.

- R.Y.

Es una bebida de bajo contenido alcohólico (apenas 30°GL) y bajo porcentaje en azúcares. En su formulación destaca el sabor de la maceración de hojas de eucaliptos, fue creado en honor al fundador Don Rafael Yáñez.

- Licores Cordiales

Pertenecen a la familia de los licores secos y por lo tanto tienen las mismas características. Deben el nombre "Cordial" al mayor contenido de azúcares con respecto a sus primos los "Secos". En estas bebidas, el contenido de azúcares totales debe ser superior al 10% del volumen total. Dentro de este rubro, La Florida se enorgullece de tener en el mercado cuatro marcas de insuperable calidad, preparadas a base de las más exóticas frutas tropicales y especias aromáticas: Licor de Ponsigué Líder, Licor de Canela Líder, Anís El Pilar y Anís Apolo.

- Licor de Ponsigué Líder.

Es una bebida tradicional en cualquier hogar venezolano, basado en ello se decidió brindar un producto de inigualable sabor, Licorería La Florida industrializó la maceración de esa fruta tropical, obteniendo un licor dulce preparado a base de ponsigué cuidadosamente seleccionados.

- Licor de Canela Líder.

La canela, especia originaria del lejano oriente, se convirtió a lo largo de la historia de la humanidad, en uno de los bienes más preciados por los comerciantes de todo el mundo. Su extraordinaria característica aromatizante, inspiró a La Florida en la elaboración de un suave licor dulce con exquisitos sabor y aroma.

- Anís el Pilar

El anís originario también de los países asiáticos, es una especia aromática tomada del árbol del mismo nombre. Tiene un sin número de aplicaciones en la preparación de dulces, bebidas y brebajes medicinales. Las bebidas anisadas de Licorería La Florida, están formuladas con las mejores esencias de anís natural, produciendo esa agradable sensación de suavidad y dulzura características de esta especie.

- Aguardientes

Son mezclas hidroalcohólicas, donde predomina la presencia del alcohol proveniente de la fermentación de la caña de azúcar y sus derivados. Debido a la permisología nacional, los aguardientes se caracterizan por ser mezclas del alcohol etílico y agua desmineralizada únicamente. Se comercializa sólo una marca denominada Aguardiente Coquito.

### **3.6 Distribuidores**

- **Región Nor-Oriental Y Sur.**

-Distribuidora La Florida Oriente, C.A.

Calle Cajigal N.3, cerca de la entrada del Mercado Municipal, Tlfs: 0293-4315711 / 4310960 / 4310468, Fax: 0293-4311859, estado Sucre, Venezuela

- **Región Capital.**

- Comercializadora La Florida, C.A.

- Sector Quemaíto, galpón N.3, cerca del Mercado de Quemaíto entre Las Rosas y Guatire, estado Miranda, Venezuela.

- **Región Insular.**

- El Conuco, C.A.

- Av. Juan Bautista Arismendi, Fte. Edif. Los Cocos, antes del elevado. Tlfs: 0295-2744955 / 2741856 / 2742225, Fax: 0295-2744854. Porlamar, Isla de Margarita, estado Nueva Esparta, Venezuela.

- Distribuidora J. Q, C.A.

- Vía La Rinconada, cerca del Stadium. Tlfs: 0295.2348486 / 2336067. Paraguachí, Isla de Margarita, estado Nueva Esparta, Venezuela.

### **3.7 Ubicación geográfica de la Empresa**

Avenida Las Palomas, Complejo Industrial RYQ, Cumaná – Estado Sucre. Teléfonos: 0293 – 4310385 / 4320944, Fax: 0293 – 4310801.

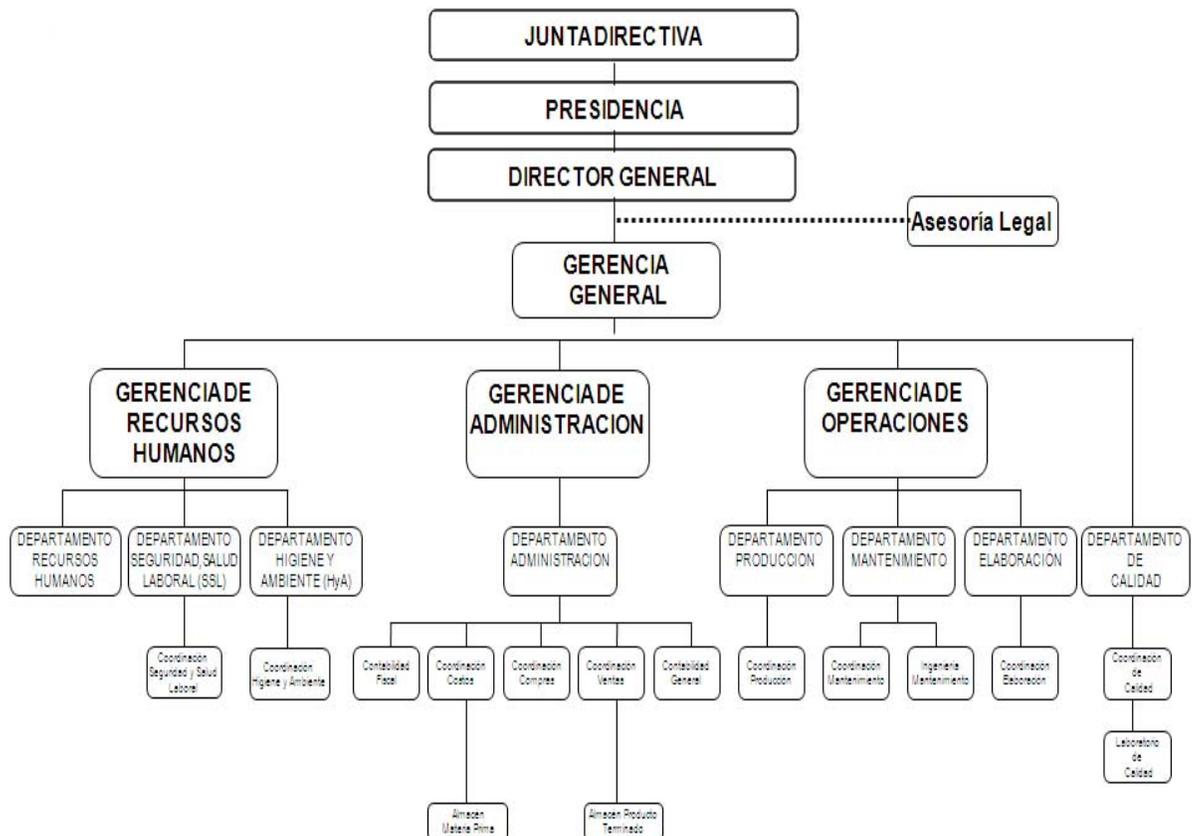
**[www.laflorida.com.ve](http://www.laflorida.com.ve)**

### 3.8 Estructura organizativa

La empresa mantiene una estructura organizativa con una departamentalización funcional, la cual se presenta en el siguiente organigrama que muestra la distribución departamental.



**Figura N°4**  
**Estructura organizativa**



**Fuente:** Manual de Sistema de Gestión de Calidad LIFLORCA (Pág. 2)

### **3.9 Descripción de la estructura organizativa Departamental de la empresa Licorería la Florida, C.A**

La Licorería La Florida C.A se encuentra estructurada de la siguiente manera:

#### **A. Junta Directiva**

Es la máxima representación grupal de los asociados, inversionistas y/o accionistas de la empresa y tiene como función tomar todas las decisiones que se presenten en la empresa.

#### **B. Presidencia**

Es la máxima autoridad de la empresa, y por ende sus funciones están orientadas al diseño, creación e implementación de toda la Filosofía de Gestión de la empresa, así como la dirección de la Junta Directiva, que él preside.

#### **C. Director General**

Es la autoridad de la empresa seguida del Presidente y será su representación ante todos los demás miembros de la organización, siguiendo sus instrucciones y ejecutando las acciones que la Junta Directiva le encomiende.

#### **D. Asesoría Legal**

Está conformado por un abogado en ejercicio, que con carácter de staff, asesora a la empresa en todo lo concerniente a los asuntos legales.

#### **E. Gerencia General**

Está conformado por la Gerencia de Recursos Humanos, la Gerencia de Administración, la Gerencia de Operaciones y el Departamento de Aseguramiento de la Calidad. Se encarga de lograr que todas las actividades u operaciones particulares de cada una de las áreas de la empresa se desarrollen en total coordinación con las otras, para que se cumplan los objetivos organizacionales

#### **F. Gerencia de Recursos Humanos**

Está conformado por el Departamento de Recursos Humanos, el Departamento de Seguridad y Salud Laboral y el Departamento de Higiene y Ambiente, los cuales se encargan de planear, organizar, desarrollar, coordinar y controlar técnicas capaces de promover el desempeño eficiente del capital humano, y la transformación de éste en talento humano para la empresa.

## **G. Gerencia de Administración**

Está conformado por el Departamento de Administración, el cual se encarga de planificar, controlar, dirigir, orientar los procesos administrativos, elaboración de cheques y llevar los registros contables de la organización.

## **H. Gerencia de Operaciones**

Está conformado por el Departamento de Producción, el Departamento de Mantenimiento y el Departamento de Elaboración. Se encarga de planificar, coordinar y dirigir todas las actividades y recursos relacionados con la elaboración y producción de las bebidas alcohólicas de la empresa.

## **CAPITULO IV ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS.**

En el siguiente capítulo se presentan de una forma estructurada y organizada los datos obtenidos mediante la aplicación del instrumento de la guía de preguntas como método de recolección de información al personal que labora en la empresa Licorería La Florida, C.A con el fin de facilitar la comprensión para lograr los objetivos planeados del objeto de estudio.

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

En este capítulo los resultados, su análisis e interpretación se presentan en dos partes: la primera se refiere a la información suministrada por la muestra representativa de los Empleados de la empresa y la segunda por los Obreros de la misma. A este respecto, se anexan al final del trabajo los instrumentos respectivos aplicados (cuestionarios).

En este sentido, se analizaron los resultados obtenidos tomando en cuenta 22 preguntas las cuales conforman el instrumento de recolección de información, con el fin de elaborar cuadros estadísticos que representen la distribución absoluta y porcentual en cada una de las interrogantes para la empresa, calificación y sistematización de los resultados de la investigación, para poder ofrecer planteamientos concretos a la empresa, los que le permitirá adoptar posiciones y tomar decisiones que consideren oportunas y

pertinentes para ejecutar y poner en marcha el programa de Responsabilidad Social propuesto a la empresa.

#### 4.1 Presentación, Análisis e Interpretación de los resultados empleados

Tabla N° 1

1- ¿Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes?	Empleados (%)	
	SI	NO
	100,00 %	0,0

En referencia a la percepción que tienen los empleados en cuanto a si la empresa fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes, los resultados fueron afirmativos en un 100% que alego que sí fomentan estos valores.

Tabla N° 2

2- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos?	Empleados (%)	
	SI	NO
2.1- Charlas	10,0	90,0
2.2-Ornato de fachada	20,0	80,0
2.3-Colaboración (Donaciones)	90,0	10,0
2.4-Encuentros Deportivos	20,0	80,0
2.5-Honrando Compromisos	10,0	90,0

En base a la opinión de los empleados, al preguntárseles de que manera la empresa Licorería La Florida, C.A. Fomenta los valores éticos, las opciones brindadas: a través de las charlas, ornato de fachada, colaboración (donaciones), encuentros deportivos y honrando compromisos; se puede observar que los empleados afirmaron que la empresa fomenta valores a través de las colaboraciones o donaciones en un 90%, en cambio el restante 10%, negó que la empresa promueva valores éticos a través de esa opción. El resto de las opciones dadas no obtuvieron respuestas

significativas aunque un 20% opinó que se fomentan valores a través del ornato de la fachada. Esto evidencia que la empresa promueve los valores a través de las colaboraciones o donaciones en un porcentaje representativo pero también se puede recomendar que la misma debe incentivar o promover valores éticos utilizando las charlas, ornato de fachada, encuentros deportivos y honrando los compromisos contraídos.

**Tabla N° 3**

<b>3- ¿Cuales son los recursos con que cuenta la empresa Licorería La Florida, C.A para ejecutar operaciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>3.1- Recursos Humanos</b>	80,0	20,0
<b>3.2- Recursos Materiales</b>	40,0	60,0
<b>3.3- Recursos Financieros</b>	50,0	50,0
<b>3.4- Recursos Tecnológico</b>	20,0	80,0

En relación a cuáles son los recursos con que cuenta la empresa Licorería La Florida, C.A. para ejecutar operaciones de Responsabilidad Social Empresarial, se indicaron en este caso recursos: humanos, materiales, financieros y tecnológicos, se puede notar que los empleados respondieron que el recurso disponible para realizar dicho programa es el humano puesto que un 80% dijo que la empresa si cuenta con este recurso y un 20% opina que no. En contradicción a esto, los empleados de la empresa creen que no cuenta con recursos tecnológicos en un 80% para realizar o ejecutar programas de responsabilidad social y el 20% restante opina que sí. Esto evidencia que la empresa debe invertir más en recursos tecnológicos para llegar a ser reconocida como socialmente responsable y que si cuenta con un capital humano dispuesto a trabajar en pro de la responsabilidad social. Aquí tomamos en consideración las variables de mayor importancia o relevancia para hacer énfasis en las de mayor significación.

**Tabla N° 4**

4- ¿Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. reaccionará a favor de la comunidad en caso de desastre natural?	Empleados (%)	
	SI	NO
	100,0	0,0

En relación a los resultados de este ítem en cuanto a, cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A reacciona a favor de la comunidad en caso de desastre natural, los resultados de los empleados fueron afirmativos en un 100%, es decir, que todos los empleados están totalmente de acuerdo en que la empresa en algún momento de desastre natural saldrá a favor de la comunidad.

**Tabla N° 5**

5- ¿De qué manera reaccionaria a favor de la comunidad?	Empleados (%)	
	SI	NO
5.1- Donaciones de su productos	10,0	90,0
5.2- Servir de albergue	0,0	100,0
5.3- Colaborando económicamente	40,0	60,0
5.4- Donaciones de comida.	100,0	0,0
5.5- Centro de acopio	10,0	90,0

Teniendo en cuenta la opinión de los empleados en cuanto a la manera de como reaccionaria la empresa a favor de la comunidad en caso de un desastre natural se puede evidenciar que la empresa colaboraría donando comida en un 100%. Por otra parte, un porcentaje representativo de empleados opina que la empresa no colaboraría o reaccionaria a favor de la comunidad sirviendo como albergue puesto que los resultados fueron negativos en un 100%, es decir, todos están de acuerdo en que la empresa no pudiera servir de albergue en caso de algún desastre natural, será porque las instalaciones de la empresa no están aptas con las comodidades necesarias para brindarle un confortable alojamiento a las personas, pero que si le brindaría toda la comida necesaria a los habitantes de la comunidad

que lo requieran. Aquí tomamos en consideración las variables de mayor importancia o relevancia para hacer énfasis en las de mayor significación.

**Tabla N° 6**

6- ¿En caso de un desastre la comunidad acudiría a ayudar a la empresa Licorería La Florida, C.A?	Empleados (%)	
	SI	NO
	90,0	10,0

Por lo que se refiere a que sí existiese algún caso de desastre, la comunidad acudiría a ayudar a la empresa Licorería La Florida, C.A. los empleados opinaron que sí en un 90%, es decir, ellos piensan que la comunidad si acudiría a ayudar a la empresa mientras tanto un 10% manifestó que la comunidad no ayudaría a la empresa en caso de desastre.

**Tabla N° 7**

7.- ¿Considera usted que cuenta con buenos beneficios, acorde con el trabajo que realiza?	Empleados (%)	
	SI	NO
	100,0	10,0

En relación a la percepción que tienen los empleados en cuanto a que si considera que cuenta con buenos beneficios acorde a su trabajo, los resultados fueron en un 100% que sí, es decir, que todos los empleados están totalmente de acuerdo en que la empresa da buenos beneficios, acorde con el trabajo que realizan todos los empleados.

**Tabla N° 8**

8. ¿Conoce usted cuales son los beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A?	Empleados (%)	
	SI	NO
8.1- Becas para sus Hijos	30,0	70,0
8.2- Juguetes en Navidad	60,0	40,0
8.3 Donaciones en efectivo	30,0	70,0
8.4- Capacitación	90,0	10,0
8.5- Donaciones de Productos y Servicios	30,0	70,0
8.6- Buenas Condiciones Laborales	90,0	10,0
8.7- Reconocimientos	90,0	10,0

Como se muestra en la tabla de frecuencia N° 8, cuáles son los beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A. a los empleados referente a: becas para sus hijos, un 70% indicó que no y un 30% indicó que si. En relación con la entrega de Juguetes en Navidad un 60% dice que la empresa si brinda este tipo de beneficios, no obstante existe un 40% que dice que no, esto no está claro puede ser que existen algunas dependencias que entreguen juguete para los niños y otras no o que exista un límite de edad para este beneficio. En cuanto a los beneficios de donaciones en efectivo, la percepción es negativa en un 70% de los encuestados; el resto, 30% de los consultados están de acuerdo en que si dan donaciones en efectivo, esto no está claro, puede ser que no todos los empleados tengan conocimiento de las donaciones en efectivo que la empresa realiza. En cuanto a la opción, beneficios de capacitación el 90% dice que la empresa si brinda este tipo de beneficios, por otro lado existe una minoría del 10% que dice que no, esto puede ser que no todos los empleados tengan capacitación por parte de la empresa, pero en su gran mayoría la misma le brinda la capacitación que requieren sus empleados.

En referencia a la percepción de los empleados en cuanto a donaciones de productos y servicios existe un 30% dice que la empresa si brinda este tipo de beneficios, no obstante hay un 70% que dice que no, esto no está claro puede ser que no todos los empleados tengan conocimiento de las donaciones de productos y servicios que la empresa realiza.

En la opción si conoce los beneficios que brinda la empresa referente a buenas condiciones laborales el 90% dice que la empresa si tiene este tipo de beneficios con sus empleados, sin embargo, no todos están contentos, encontrándose una minoría del 10% que dice que la empresa no tiene buenas condiciones laborales.

De igual manera, las opiniones de los empleados sobre los beneficios que brinda la empresa referente a reconocimientos, el 90% dice que la empresa si cumple con el mismo. Sin embargo, existe una minoría del 10% que dice que la empresa no tiene este tipo de actividad a los empleados de dicha empresa, con esto se puede inferir que la empresa si brinda reconocimientos a sus empleados con el objeto de motivarlos e incentivarlos a realizar su trabajo con dedicación y esmero.

**Tabla N° 9**

9.- ¿La empresa brinda los equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales, y para manejar emergencias?	Empleados (%)	
	SI	NO
	90,0	10,0
	SI	NO

En vista a la opinión de los empleados que si la empresa brinda los equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales, y para manejar emergencias, un 90% de los encuestados argumentó que si cumple con los equipos necesarios, sin embargo, hay un 10% que argumento que no. Esto evidencia que la empresa si cumple y brinda seguridad a sus trabajadores en cuanto a prevención de enfermedades y accidentes laborales, aun cuando un 10% argumente que no.

**Tabla N° 10**

10. ¿Indique que tipo de equipos brinda?	Empleados (%)	
	SI	NO
10.1- De protección personal	100,0	0,0
10.2- Uniformes	90,0	10,0
10.3 Equipos de oficinas adecuados	100,0	0,0
10.4- Equipos de Primeros Auxilios	80,0	20,0
10.5- Ambulancia	70,0	30,0
10.6- Señales de Peligro	20,0	80,0
10.7- Extintores	100,0	0,0

En referencia a la percepción que tienen los empleados de que la empresa brinda los equipos necesarios, para prevenir enfermedades, accidentes laborales y para manejar emergencias, los resultados fueron afirmativos en un 100% en los ítems de protección personal, Equipos de oficinas adecuados y Extintores (10.1, 10,3 y 10.7 respectivamente),

Con relación al ítems 10,6 referente a los equipos que brinda la empresa en cuanto a señales de peligros un 80% negaron que existen y el 20 % afirmaron que sí. Se evidencia con el resultado que la empresa no cuenta con suficiente señalización en las instalaciones sobre el peligro que corren los trabajadores, más sin embargo cuentan con equipos para prevenir dichos accidentes. Aquí tomamos en consideración las variables de mayor importancia o relevancia para hacer énfasis en las de mayor significación.

**Tabla N° 11**

11.- ¿Capacita a sus trabajadores en temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Profesional?	Empleados (%)	
	SI	NO
	10,0	90,0

En cuanto a la opinión de los empleados de que si la empresa Licorería La Florida C.A., capacita a sus trabajadores en temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Profesional existen divergencias de opiniones puesto que un 90% opina que la empresa no los capacita con respecto al tema y un 10% afirmo que si los capacita. Esto nos hace inferir que la empresa debe capacitar o instruir a sus empleados en temas relacionados con la responsabilidad social para que la misma se pueda mantener en el tiempo, alcanzar el respeto y prestigio; y así sus empleados estarán estrechamente relacionados o instruidos en la materia.

**Tabla N° 12**

<b>12-¿De qué manera los debería capacitar?</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>12.1- Charlas o Talleres</b>	70,0	30,0
<b>12.2- Inducción</b>	50,0	50,0
<b>12.3 Prevención</b>	50,0	50,0
<b>12.4- Entrenamiento</b>	50,0	50,0

Por lo que se refiere a la manera de como la empresa debería capacitar a sus empleados en materia de RSE un 70% indicó que debería ser a través de charlas o talleres aunque existe un 30% que dijo que no.

En este mismo orden de ideas, podemos observar que existen opiniones divididas en cuanto a la inducción, prevención y entrenamiento. Los empleados respondieron un 50% que se podrían implementar a través de estas actividades nombradas y el otro 50% respondieron que no, esto nos hace concluir que la mitad de los empleados no tienen idea de cómo la empresa tendría que capacitarlos en este tema.

**Tabla N° 13**

13- ¿Por qué no reciben capacitación?	Empleados (%)	
	SI	NO
13.1- Representa un gasto para la empresa	0,0	100,0
13.2- Tiempo	0,0	100,0

Como se muestra en la tabla N° 13 de acuerdo a la percepción que tienen los empleados en cuanto al por qué no se recibe capacitación en materia de responsabilidad social, todos (100%) estuvieron de acuerdo que no es porque represente un gasto o por el tiempo. Piensan que es por otra razón por la cual la empresa no imparte capacitación al respecto.

**Tabla N° 14**

14.- ¿Cree usted que la empresa lleva a cabo Programas y Proyectos ecológicos o de Protección ambiental?	Empleados (%)	
	SI	NO
	20,0	80,0

Como se muestra en la tabla N° 14 en el caso a la opinión de los empleados si creen que la empresa lleva a cabo programas y proyectos ecológicos o de protección ambiental un 80% expreso que no y el otro 20% de los encuestados indicó que sí. Podemos decir que desconoce o no se sabe que este tipo de programa se está aplicando, puesto que este trabajo lo que busca es diseñarle un programa de responsabilidad social a la empresa Licorería La Florida, C.A, ya que en la actualidad no posee un programa bien estructurado.

**Tabla N° 15**

<b>15.1- ¿indique Cuáles programas?</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>15.1- Reutilización de la materia prima</b>	70,0	30,0
<b>15.2- Reciclaje</b>	50,0	50,0
<b>15.3 Jornadas de Limpieza de sus alrededores</b>	40,0	60,0
<b>15.4- Creación de grupos ecológicos</b>	50,0	50,0
<b>15.5- Asociación de organizaciones ambientales</b>	0,0	100,0

Como se evidencia en la tabla N° 15 en cuanto a la opinión de los empleados si conocen los programas que utiliza la empresa en cuanto a responsabilidad social y en este caso, la reutilización de la materia prima, un 70% indicó que si se lleva a cabo dicho programa y un restante 30% indicó que no se aplica.

Sin embargo la opinión de los empleados con respecto a si existe programas de asociación de organizaciones ambientales, en consideración a la opinión que tienen los empleados en cuanto a los resultados fueron en un 100% negativos. Esto nos hace deducir que la empresa no cuenta con un programa de responsabilidad social empresarial bien diseñado y por esta razón los empleados desconocen los mismos.

**Tabla N° 16**

<b>16- ¿A qué cree usted que se debe que no tenga programas y Proyectos ecológicos o de Protección ambiental?</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>16.1- No cuenta con personal capacitado en el área</b>	10,0	90,0
<b>16.2- Es muy costoso</b>	0,0	100,0
<b>16.3- Falta de recursos materiales</b>	10,0	90,0

De acuerdo con los resultados encontrados en la tabla N° 16, en concordancia con la opinión de los empleados al ítems ¿ A qué cree usted que se debe que no tengan implementados programas y proyectos ecológicos o de protección ambiental? en relación a que no cuenta con personal capacitado en el área y falta de recursos materiales, un 90% negaron que esta sea las razones, esto quiere decir que para los empleados la empresa si cuenta con el personal capacitado y con recursos materiales disponibles para implementar un programa de responsabilidad social.

En esta misma corriente, en base a las opiniones que tienen los empleados en cuanto si piensan que es muy costoso implementar estos programas, los resultados fueron en un 100% negativo, esto quiere decir que los empleados no creen que implementar el programa sea costoso y que la empresa no pueda cubrir con lo presupuestado para ser reconocidos socialmente responsable.

**Tabla N° 17**

<b>17- Indique cuales son las fortalezas presentes en el proceso de Responsabilidad Social.</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>17.1- Buena reputación de servicio, reconocida internacionalmente.</b>	10,0	90,0
<b>17.2- Capacidad financiera para ejecutar proyectos</b>	30,0	70,0
<b>17.3- Productos de alta calidad</b>	80,0	20,0
<b>17.4- Aumentar el índice de empleo</b>	70,0	30,0

Como se muestra en la tabla N° 17 en concordancia con las opiniones de los empleados si conocen cuales son las fortalezas presentes en el proceso de Responsabilidad Social, en este caso, si los productos ofrecidos son de alta calidad, un 80% lo afirmo y un 20% negó que los productos eran de excelente calidad.

Por otra parte, siguiendo con otras fortalezas presentes en el proceso de Responsabilidad Social en relación a la buena reputación del servicio, reconocida internacionalmente en un 90% negaron tener buena reputación y solo un 10% afirmo estar de acuerdo con esta premisa, esto quiere decir que para los empleados la empresa no tiene buena reputación de servicio y ellos consideran que no es reconocida internacionalmente.

**Tabla N° 18**

<b>18.- ¿Conoce usted si la empresa Licorería La Florida, C.A le hace donaciones a otras instituciones?</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
	70,0	30,0

En cuanto a la opinión de los empleados si conoce si la empresa Licorería La Florida, C.A., le hace donaciones a otras instituciones un 70 % afirmo conocer las donaciones realizadas por la empresa y el 30% restante negó conocer las instituciones a las cuales la empresa les ofrece sus colaboraciones, esto hace pensar que la empresa le comunica someramente a los empleados de las actividades que lleva a cabo en cuanto a donaciones a otras instituciones.

**Tabla N° 19**

<b>19- Señales a cuales instituciones.</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>19.1- Ambulatorios</b>	100,0	0,0
<b>19.2- Ancianatos</b>	100,0	0,0
<b>19.3- Escuelas</b>	70,0	30,0
<b>19.4- Bomberos</b>	90,0	10,0
<b>19.5. Hospitales</b>	60,0	40,0

En cuanto a la opinión de los empleados si conocen si la empresa Licorería La Florida, C.A., le hace donaciones a otras instituciones un 100% afirmo conocer las donaciones realizadas a los ambulatorios y ancianatos y el 30% restante negó conocer las instituciones a la cual la empresa le ofrece sus colaboraciones. De igual forma la empresa también ayuda económicamente a los bomberos, ancianatos y hospitales en porcentajes 90%, 70% y 60% respectivamente. Esto evidencia que la empresa Licorería La Florida, C.A., si colabora con muchas instituciones y que sus empleados

están en pleno conocimiento de sus contribuciones con instituciones o fundaciones.

**Tabla N° 20**

<b>20.- ¿Considera usted si la comunidad se siente identificada con la empresa?</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
	70,0	30,0

Como se muestra en la tabla N° 20, en cuanto a la opinión de los empleados si considera si la comunidad se siente identificada con la empresa un 70% respondió que la comunidad si se siente identificada con la misma y un 30% desconoce esta premisa.

**Tabla N° 21**

<b>21- ¿Qué siente cuando dice “SOY TRABAJADOR DE LA EMPRESA Licorería La Florida, C.A?”</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>21.1- Felicidad</b>	60,0	40,0
<b>21.2- Tristeza</b>	20,0	80,0
<b>21.3- Satisfacción</b>	60,0	40,0
<b>21.4- Frustración</b>	30,0	70,0
<b>21.5 Comodidad</b>	30,0	70,0
<b>21.3- Orgullo</b>	60,0	40,0

Considerando las opiniones de los empleados en cuanto a qué siente cuando dice “SOY TRABAJADOR DE LA EMPRESA Licorería La Florida, C.A., en este caso Felicidad, Satisfacción, Orgullo en un 60% afirmaron los empleados no obstante existe un 40% expresa estar en contradicción.

Con referencia a la opinión de los empleados en cuanto qué siente cuando dice “SOY TRABAJADOR DE LA EMPRESA Licorería La Florida, C.A solamente 30% indicó que se sienten frustrado de ser empleado de esta

empresa, sin embargo, el 70% alego que no. Y el 20% indicó que se siente triste de ser empleado de esta empresa, mientras el restante en un 80 % negó este postulado. En conclusión, se evidencia que el 60% de los empleados se sienten orgullosos, felices y satisfechos de trabajar en esta empresa.

**Tabla N° 22**

<b>22- ¿Desde tu punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Empleados (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>22.1- Prestigio</b>	70,0	30,0
<b>22.2- Buen sueldo</b>	50,0	50,0
<b>22.3- No hay otra fuente de empleo</b>	0,0	100,0
<b>22.4- Sustento a la familia</b>	30,0	70,0
<b>22.5 Posibilidades de crecer</b>	80,0	20,0
<b>22.6- Única en el ramo de su profesión</b>	0,0	100,0

Como muestra la tabla N° 22 referente a, desde tu punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A., en este caso, posibilidad de crecer, un 80% de los empleados afirman rotundamente que sí ven la posibilidad de crecer profesionalmente y existe una minoría del 20% dice que no está de acuerdo con esto. En este mismo orden de ideas, los empleados en un 70% afirmaron que la empresa es prestigiosa sin embargo, 30% desconoce si es prestigiosa.

Existe opiniones divididas al 50% esto puede variar por el hecho de que cada persona considera su sueldo según la actividad que realiza y esto es un valor hilocincrático, cultural y también puede ser el hecho que el sueldo se vea afectado a mayor o menor proporción por la inflación actual del país.

En cuanto a si es la única empresa donde pueden ejercer su profesión, los empleados negaron esto en un 100%, lo que quiere decir que si hay otros empleos, sin embargo, están trabajando en esta empresa no por la razón de que no hay otra fuente de empleo.

#### 4.2 Presentación, Análisis e Interpretación de los resultados obreros.

Tabla N° 1

1.- ¿Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes?	Obreros (%)	
	SI	NO
	100,0	0,0

De acuerdo a la percepción que tienen los obreros en cuanto si la empresa fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes, los resultados fueron positivos en un 100% que alego que sí fomentan estos valores.

Tabla N° 2

2- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos?	Obreros (%)	
	SI	NO
2.1- Charlas	57,0	43,0
2.2- Inducción	43,0	57,0
2.3- Entrenamiento	29	71,0
2.4- Detección de Necesidades	33,0	67,0
2.5- Plan de Adiestramiento	33,0	67,0
2.6- Crecimiento Profesional	38,0	62,0

En base a la opinión de los obreros, al preguntárseles de que manera la empresa Licorería La Florida, C.A. fomenta los valores éticos, las opciones brindadas: a través de las charlas, inducción, entrenamiento, detección de necesidades, plan de adiestramiento y crecimiento profesional; se puede observar que la empresa fomenta valores éticos a través de las

charlas en un 57% y el restante en un 43% negaron que se promuevan valores éticos mediante charlas. Sin embargo, respecto al entrenamiento, los obreros respondieron negativamente en un 71% y positivamente en un 28%, siguiendo este análisis también se puede observar que las opciones de detección de necesidades y plan de adiestramiento respondieron negativamente en un 67% y el restante 33% afirmaron que si se promueve valores éticos mediante el plan de adiestramiento, esto nos hace inferir que la empresa no promueven valores éticos entre sus trabajadores. Se puede recomendar que la misma debe incentivar o promover valores éticos utilizando las charlas, la inducción, entrenamiento, detección de necesidades y crecimiento profesional. Valores como: respeto, responsabilidad, compromiso, equidad, justicia, entre otros.

**Tabla N° 3**

<b>3. ¿Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>3.1- Becas para sus Hijos</b>	33,0	67,0
<b>3.2- Juguetes en Navidad</b>	33,0	67,0
<b>3.3 Donaciones en efectivo</b>	19,0	81,0
<b>3.4- Capacitación</b>	43,0	57,0
<b>3.5- Donaciones de Productos y Servicios</b>	29,0	71,0
<b>3.6- Buenas Condiciones Laborales</b>	52,0	48,0
<b>3.7.- Reconocimientos</b>	38,0	62,0

En base a la opinión de cuáles son los beneficios que reciben los obreros por parte de la empresa, en cuanto a becas para sus hijos, juguetes en navidad, donaciones en efectivo, capacitación, donaciones de productos

y servicios, buenas condiciones laborales y reconocimientos. Los obreros respondieron afirmativamente que la empresa les brinda buenas condiciones laborales en un 52% y el 47% restantes negaron tenerlas. Desde otra perspectiva tomando en consideración las donaciones en efectivo y las donaciones de productos y servicios respondieron negativamente en un 81% y 51% respectivamente y afirmativamente en un 19% y 29%. Esto evidencia que los obreros no reciben muchos beneficios por parte de la misma. Recomendándose que la empresa debe brindarle mayor cantidad de beneficios a sus obreros para realicen sus actividades eficientemente ya que se van a sentir motivados a realizar sus actividades.

**Tabla Nº 4**

4.- ¿Quiénes creen ustedes serian los responsables de llevar a cabo los planes de responsabilidad social en la empresa?	Obreros (%)	
	SI	NO
4.1- Presidencia	14,0	86,0
4.2- Vicepresidencia	10	90,0
4.3- Administración	29,0	71,0
4.4- Dpto. Compras	10,0	90,0
4.5.- Dpto. De Recursos Humanos	76,0	24,0
4.6.- Junta Directiva	19,0	81,0

En esta tabla los obreros respondieron a favor de que el Departamento de Recursos Humanos sería el idóneo para llevar a cabo los planes de Responsabilidad Social Empresarial, ya que un 76,0% respondió a favor del mismo. Éstos están en desacuerdo de que la Presidencia, la Vicepresidencia y el Departamento de Compras sean los responsables de la RSE. Pero sin embargo, se recomienda que la empresa cree un departamento encargado de la Responsabilidad Social Empresarial, que se responsabilice del mismo y que involucre a toda la empresa a participar de todos los planes de RSE.

**Tabla N° 5**

<b>5.- ¿La empresa brinda los equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales, y para manejar emergencias?</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>5.1.- Siempre</b>	67,0	
<b>5.2.- Casi Siempre</b>		29,0
<b>5.3.- A Veces</b>	5,0	

En base a que si la empresa Licorería La Florida, C.A. brinda equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales y para manejar emergencias, el 67% de los obreros respondieron que siempre, el 29% dijeron que casi siempre y el 5% contestaron a veces, esto evidencia que los obreros en su mayoría opinan que la empresa si brinda todos los equipos necesarios para prevenir enfermedades y accidentes laborales.

**Tabla N° 6**

<b>6.- Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>6.1.- Uniformes</b>	81,0	19,0
<b>6.2.- Equipos de oficinas adecuados</b>	48	52,0
<b>6.3.- Equipos de Primeros Auxilios</b>	67,0	33,0
<b>6.4.- Ambulancia</b>	29,0	71,0
<b>6.5.- Señales de Peligro</b>	81,0	19,0
<b>6.6.- Extintores</b>	81,0	19,0
<b>6.7.- (Tapones. Botas, Lentes, etc.)</b>	33,0	67,0

Los resultados que arroja éste ítem demuestran que la empresa suministra uniformes, señales de peligro y extintores, ya que un 81% de sus obreros lo confirman, es notable que un 71,0% afirman que la empresa no cuenta con equipo de ambulancia en caso de accidentes laborales, un 52,0% no tienen equipos de oficina adecuados y un 66,0% afirma no tener (Tapones. Botas, Lentes, etc.). Por lo resultados se puede evidenciar que a pesar de que el porcentaje mayor es positivo en cuanto a la seguridad hay un porcentaje alto que dice no estar o sentirse seguro laboralmente. Aquí tomamos en consideración las variables de mayor importancia o relevancia para hacer énfasis en las de mayor significación.

**Tabla N° 7**

7.- ¿Cree usted que la empresa promueve el deporte entre sus trabajadores?	Obreros (%)	
	SI	NO
	86,0	14,0

Se evidencia según el resultado que la empresa si promueve el deporte entre sus trabajadores, un 86,0% lo afirma, mientras que un 14,0% dice que no. Los trabajadores en un alto porcentaje participan en las actividades deportivas que promueve la empresa.

**Tabla N° 8**

8.-¿Qué tipo de deporte promueve la empresa?	Obreros (%)	
	SI	NO
8.1.- Juegos de softbol	62,0	39,0
8.2.- Juego de bolas criollas	86,0	14,0
8.3.- Juegos de mesa	52,0	48,0

En base a la opinión de los obreros de que si la empresa promueve el deporte entre sus trabajadores, la encuesta arrojó que un 86% afirmaron que la empresa promueve el deporte (juego de bolas criollas) un 62,0% (juegos de softbol) y un 52,0% (juegos de mesa). Se puede evidenciar que la empresa Licorería la Florida si promueve el deporte entre sus trabajadores lo cual fomenta la integración, disfrute y motivación entre los mismos.

**Tabla N° 9**

<b>9.- ¿Considera usted que la empresa Licorería La Florida, C.A realiza jornadas de salud para trabajadores?</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
	81,0	19,0

Éste cuadro muestra que según los obreros la empresa si realiza jornadas de salud para sus trabajadores, un 81%, porcentaje alto y representativo de los trabajadores afirmo que si se realizan dichas jornadas.

**Tabla N° 10**

<b>10.- ¿Cuáles jornadas de salud realiza la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>10.1- Jornadas de vacunación</b>	62,0	38,0
<b>10.2- Jornadas de certificados de salud</b>	62,0	38,0
<b>10.3- Jornadas de nutrición</b>	43,0	57,0
<b>10.4.- Jornadas de chequeo médico</b>	48,0	52,0

Según el ítem las jornadas médicas de mayor relevancia que se realizan en la empresa son jornadas de vacunación y de certificados de salud, un 62,0% de los obreros lo confirman. No se realizan jornadas de nutrición ni chequeos médicos a sus trabajadores, un 57% y 52,0% respectivamente de los trabajadores lo confirman.

**Tabla N° 11**

<b>11. ¿Indique que eventos sociales promueve la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>11.1.- Aniversario de la empresa</b>	81,0	19,0
<b>11.2- Día del Trabajador</b>	57,0	43,0
<b>11.3- Día de la Madre</b>	24,0	76,0
<b>11.4- Día del Padre</b>	52,0	48,0
<b>11.5- Día del Niño</b>	67,0	33,0
<b>11.6- Fiesta navideña</b>	62,0	38,0

Según éste cuadro los eventos sociales que la empresa promueve es el aniversario de la empresa, el día del niño y fiestas navideñas, éstas arrojaron los porcentajes más altos de acuerdo a la respuestas de los trabajadores, en un 81,0%, 67,0% y 62,0% respectivamente. Si promueve eventos sociales en un alto porcentaje.

**Tabla N° 12**

<b>12.- ¿Conoce usted si la empresa ejecuta actividades que beneficien a las comunidades?</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
	52,0	48

En cuanto a las actividades que promueve la empresa Licorería la Florida, C.A. en beneficio de las comunidades, según la encuesta aplicada a los obreros arrojó que un 52,0% de estos afirmaron que realiza actividades, mientras que un 48,0% negaron la realización de actividades. Con respecto a los resultados arrojados se puede inferir que la empresa toma en cuenta y realiza o ejecuta eventos que contribuyen o benefician a sus comunidades adyacentes. Pero estas actividades solo son conocidas por pocas personas dentro de la empresa.

**Tabla N° 13**

14.- ¿Conoce usted si la empresa Licorería La Florida C.A le hace donaciones a otras instituciones?	Obreros (%)	
	SI	NO
	76,0	24,0

En cuanto a la pregunta realizada a los obreros de la empresa Licorería la Florida, C.A. en cuanto a que si tenían conocimiento si la empresa le hacía donaciones a otras instituciones, arrojó que un 76,0% de estos afirmaron que si le hacen donaciones a otras instituciones, mientras que un 24,0% negaron tener conocimiento de las donaciones que se le hacían a otras organizaciones. Con respecto a los resultados arrojados se puede inferir que la empresa si le da a conocer a los obreros las donaciones que se le dan a otras instituciones contribuyendo con la responsabilidad social empresarial.

**Tabla N° 14**

14.- ¿Señale a cuales instituciones?	Obreros (%)	
	SI	NO
14.1.- Ambulatorios	66,7	33,3
14.2.- Ancianatos	47,6	52,4
14.3.- Escuelas	47,6	52,4
14.4.- Bomberos	61,9	38,1
14.5.- Hospitales	19,0	81,0

Los trabajadores afirman en un 67% que la empresa realiza donaciones a los ambulatorios y un 62% afirma que le hace donaciones a los bomberos, se evidencia que si hace donaciones, aunque hay un alto porcentaje de los obreros 81% que afirman que la empresa no hace donaciones a hospitales, un 53% hace referencia que no le hace donaciones a escuelas ni ancianatos. Los obreros tienen conocimiento de que la empresa realiza donaciones y a las instituciones a las cuales van dirigidas las mismas. Se nota mucha discapacidad en las opiniones. La empresa si hace donaciones pero los obreros no saben a ciencia cierta a quienes evidenciándose falta de información por parte de la organización.

**Tabla N° 15**

15.- ¿Cree usted que la empresa lleva a cabo programas y proyectos ecológicos o de Protección ambiental?	Obreros (%)	
	SI	NO
	71,4	28,6

En cuanto a la pregunta realizada a los obreros de la empresa Licorería la Florida, C.A. con respecto a que si la misma promueve programas y proyectos ecológicos o de protección ambiental, dichos resultados arrojaron que un 71% de estos afirmaron que si llevan a cabo, mientras que un 27% negaron conocer los programas que realiza la empresa. Con respecto a los resultados arrojados se puede inferir que en su mayoría los obreros tienen pleno conocimiento de aquellos programas implementados por la empresa para la protección ambiental.

**Tabla N° 16**

16. ¿Indique cuales conoce usted?	Obreros (%)	
	SI	NO
16.1.- Reutilización de la materia prima	52,0	48,0
16. 2.- Jornadas de Limpieza de sus Alrededores	76,0	24,0
16.3.- Creación de Grupos Ecológicos	24,0	76,0
16. 4.- Asociación de Organizaciones Ambientales	29,0	71,0

Según éste ítem los trabajadores confirman en un 76% de los encuestados que la empresa realiza jornadas de limpieza de sus alrededores, un 52% de éstos confirman que la empresa reutiliza la materia prima. Pero la empresa no cuenta con grupos ecológicos ni pertenece a asociación de organizaciones ambientales ya que un 76% y un 71% respectivamente, lo confirman.

**Tabla N° 17**

17. ¿Por qué? No cuenta con personal capacitado en el área	Obreros (%)	
	SI	NO
	19,0	81,0

En cuanto a la pregunta realizada a los obreros de la empresa Licorería la Florida, C.A. con respecto a que si la misma no promueve programas y proyectos ecológicos o de protección ambiental, y esto se debe a que no cuenta con personal capacitado en el área arrojando resultado que un 81% dijeron que no de estos afirmaron que no se llevan a cabo, mientras que un 29% negaron conocer los programas que realiza la empresa. Con respecto a los resultados arrojados se puede inferir que en su mayoría los obreros no tienen pleno conocimiento de aquellos programas implementados por la empresa para la protección ambiental.

**Tabla N° 18**

<b>18 ¿Cree que la empresa seria solidaria Con las comunidades en caso de desastre natural?</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
	71,4	28,6

En cuanto a la pregunta realizada a los obreros de la empresa Licorería la Florida, C.A. Referente a que si la empresa seria solidaria con las comunidades en caso de un desastre natural, dichos resultados arrojan que un 71% de estos afirmaron que si seria solidaria y un 29% dijeron que no sería solidaria, esto nos hace inferir que en un gran porcentaje de obreros la empresa ayudaría a las comunidades para hacerle frente a algún evento natural. Con respecto a los resultados arrojados se puede inferir que en su mayoría los obreros no tienen pleno conocimiento de aquellos programas implementados por la empresa para la protección ambiental.

**Tabla N° 19**

19.- ¿De qué manera sería solidaria?	Obreros (%)	
	SI	NO
19.1.- Hacer donaciones de su productos	19,0	81,0
19.2.- Servir de albergue	43,0	57,0
19.3.- Colaborando económicamente	52,0	48,0
19.4.- Donaciones de comida	71,0	28,0

Teniendo en cuenta la opinión de los obreros en cuanto a la manera de como sería solidaria la empresa a favor de la comunidad en caso de un desastre natural se puede evidenciar que la empresa donaría comida en un 71%. Por otra parte en un porcentaje representativo de obreros opina que la empresa colaboraría económicamente en un 52%. En contradicción a esto, un 81% opinión que no sería solidaria haciendo donaciones de sus productos, es decir, la empresa no podrá hacer donaciones de sus productos puesto que ella se encarga del envasado, distribución y envejecimiento de bebidas alcohólicas y no alimentarían a las personas. Aquí tomamos en consideración las variables de mayor importancia o relevancia para hacer énfasis en las de mayor significación.

**Tabla N° 20**

20.- ¿Piensa usted que la comunidad se siente identificada con la empresa Licorería La Florida C.A.?	Obreros (%)	
	SI	NO
	66,7	33,3

En cuanto a la pregunta realizada a los obreros de la empresa Licorería la Florida, C.A. Referente a que los obreros piensan que la comunidad se siente identificada con la empresa dicho resultado arrojó que un 67% de

estos afirmaron que la comunidad se siente identificada con la misma y un 33% negaron conocer que la comunidad se siente identificada con la empresa esto nos hace inferir que en un gran porcentaje de obreros la empresa opinan que la comunidad se siente identificada con la empresa.

**Tabla Nº 21**

<b>21.- ¿Qué siente cuando dice soy trabajador de la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>21.1.- Felicidad</b>	76,0	24
<b>21.2.- Tristeza</b>	33,0	67
<b>21.3.- Satisfacción</b>	57,0	43
<b>21.4.- Frustración</b>	24,0	76,0
<b>21.5.- Comodidad</b>	48,0	52,0
<b>21.6.- Orgullo</b>	48,0	52,0

Considerando las opiniones de los obreros en cuanto a qué siente cuando dice “SOY TRABAJADOR” de la empresa Licorería La Florida, C.A., en este caso Felicidad, un 76,0% afirmaron sentirse felices no obstante existe un 24,0% que esta en contradicción.

Con referencia a la opinión de los empleados en cuanto qué siente cuando dice “SOY TRABAJADOR” de la empresa Licorería La Florida, C.A., mayoritariamente el 76,0% indicó que no se sienten frustrados de ser empleados de esta empresa, sin embargo, el 24,0% aceptó este postulado. Esto nos hace inferir que los obreros están felices de trabajar en la empresa, pero que otro porcentaje de ellos no muy significativos, se sienten frustrados.

**Tabla N° 22**

<b>22- ¿Desde su punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Obreros (%)</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>22.1.- Prestigio</b>	62,0	38,0
<b>22.2.- Buen sueldo</b>	48,0	52,0
<b>22.3.- No hay otra fuente de empleo</b>	10	90,0
<b>22.4.- Sustento a la familia</b>	52,0	48,0
<b>22.5.- Posibilidades de crecer</b>	67,0	33,0
<b>22.6.- Única en el ramo de su profesión</b>	19,0	81,0

Como muestra la tabla N° 22 referente a, desde tu punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A., en este caso posibilidad de crecer un 67% de los obreros afirman rotundamente que sí ven la posibilidad de crecer profesionalmente y existe una minoría del 33% dice que no está de acuerdo con esto. En este mismo orden de ideas los obreros en un 62% afirmaron que la empresa es prestigiosa, sin embargo, 38% desconoce si es prestigiosa.

Con respecto al ítem 22,3 de que no hay otras fuentes de empleo, los obreros negaron esto en un 90,0%, lo que quiere decir que si hay otras formas de empleo y sin embargo, están trabajando en esta empresa.

## **CAPITULO V PROPUESTA DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO INTEGRAL COMUNITARIO EN CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)**

### **5.1.- Introducción**

El programa empresarial Desarrollo Integral Comunitario tiene el reto de apoyar a la empresa, en conjunto con la comunidad, en la implementación, desarrollo y mejoras de actividades socialmente responsables que le permitan 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.

Cabe destacar que en la actualidad la empresa Licorería La Florida C.A, no tiene diseñado un programa de responsabilidad social, es por eso se ve en la necesidad de asumir su responsabilidad para cumplir con las normativas legales que exige el Estado y así contribuir con las comunidades donde opera. También cabe señalar que la iniciativa de este programa se inscribe en un proyecto que se mantendrá con el objetivo de mejorar el entorno social y la calidad de vida de quienes allí habitan.

Dentro del Programa de Responsabilidad Social se tomaran en cuenta tres áreas específicas: Educación, Salud y Deporte. Para la empresa Licorería La Florida C.A, es un compromiso crear la cultura de responsabilidad social empresarial (RSE) y reforzar el papel participativo que como organización tiene en la sociedad mediante el desarrollo de diferentes programas sostenibles en el tiempo, que atienda de manera satisfactoria todas las áreas antes mencionadas traduciéndose en beneficios para mejorar la calidad de vida de la gente, los socios y la comunidad en general.

Los pilares fundamentales del programa de desarrollo integral comunitario estarán basados en la unión empresa- trabajadores- comunidad con la idea de lograr una relación que contribuya a la mejora de las condiciones de la calidad de vida y potenciar el vínculo de la comunidad con la empresa como un modo de expresión de los valores enmarcados en la Responsabilidad Social Empresarial.

El programa de Desarrollo Integral Comunitario centrado en la responsabilidad social empresarial de la empresa Licorería La Florida, C.A se articulara a través de la participación activa de los trabajadores en actividades dirigidas a cumplir con los objetivos asignados en las áreas de Salud, Deporte y Educación.

## **5.2.- La vinculación con los trabajadores y comunidad se resume de la siguiente manera:**

### **5.2.1.- Vinculación con los trabajadores**

La gerencia de toda organización entre sus funciones principales tiene la de velar por el desarrollo del capital humano y de motivarlos a que manifiesten su creatividad mediante el desarrollo de sus habilidades y destrezas a fin de formar un equipo de trabajo emprendedor que garantice el éxito en su gestión y que sus resultados beneficien a todos. Dicho esto, dentro de esta propuesta se pretende ofrecerle a sus trabajadores talleres de capacitación, incentivos regulares y ambiente laboral saludable.

### **5.2.2.- Vinculación con la comunidad**

La relación de la empresa Licorería La Florida, C.A, con la comunidad representa un factor importante, ya que ésta puede ser tomada en cuenta como una fortaleza, siempre y cuando sea positivo el resultado, de lo contrario podría convertirse en una amenaza. La idea que se plantea en este programa a nivel educativo es el rescate y mantenimiento de la estructura

física de las instituciones educativas, en el área de salud; dotación de equipos e insumos médicos y en el área del deporte, encuentros o torneos entre trabajadores y comunidad.

### **5.3.- Objetivos del Programa:**

#### **5.3.1.- Objetivo General**

Brindar una herramienta que fomente el Desarrollo Integral Comunitario basado en la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), entre las comunidades vecinas, la empresa y todos sus trabajadores.

#### **5.3.2.- Objetivos Específicos**

- Promover la unión trabajadores- comunidad para el desarrollo de un programa de responsabilidad social
- Mejorar las condiciones de vida de las comunidades adyacentes mediante la realización de acciones en los siguientes campos temáticos: Salud, Deporte y Educación.
- Generar un espacio para la creación de conciencia social y cívica mediante la realización de jornadas y actividades de rescate y mantenimiento de las áreas mencionadas.
- Incentivar la solidaridad y la cooperación entre todos sus grupos de interés.

### **5.4.- Exposición de Motivos**

En toda organización es esencial tomar en cuenta que dentro del medio ambiente donde tiene sus actividades normales también es vital la relación que puede tener con las comunidades adyacentes y los medios que utilicen para vincularlos en pro de crear un sentido de corresponsabilidad que

contribuya al mejoramiento de las condiciones sociales que presentan, esto vincula y condiciona a la empresa con su entorno laboral y las comunidades.

La organización y sus aliados al no ver esto como un gasto sino como una inversión, forjaran un círculo de ayuda recíproca, por lo tanto, es sumamente importante que las organizaciones se sientan comprometidas con el rol que deben cumplir y con el compromiso con la sociedad. En este caso, uno de los aspectos a considerar es el Programa de Desarrollo Integral Comunitario para la empresa Licorería La Florida, C.A. como aporte no solo para el mejoramiento de la imagen de la empresa apalancando un mayor fortalecimiento ante el mercado y la comunidad, sino para que la empresa siga lineamientos sociales responsables.

#### **5.5.- Factibilidad de la Propuesta**

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

##### **5.5.1 Factibilidad Económica,**

Se contará con el apoyo tanto de los recursos humanos y el aporte financiero de la empresa, en conjunto con la comunidad para ponerlo en marcha.

##### **5.5.2 Factibilidad Social,**

Se expresa en la necesidad que tiene la comunidad de mejorar las condiciones de las instituciones educativas, centro asistencial de salud, y crear programas a nivel deportivo.

#### **5.6.- Beneficios que traería la implementación del programa de Responsabilidad Social en la empresa Licorería La Florida, C.A.**

- Reducción de Costos Operativos

- Mejora de la Imagen de Marca y Reputación
- Acceso al capital

### **5.7.- Programa de Desarrollo Integral Comunitario (PDIC).**

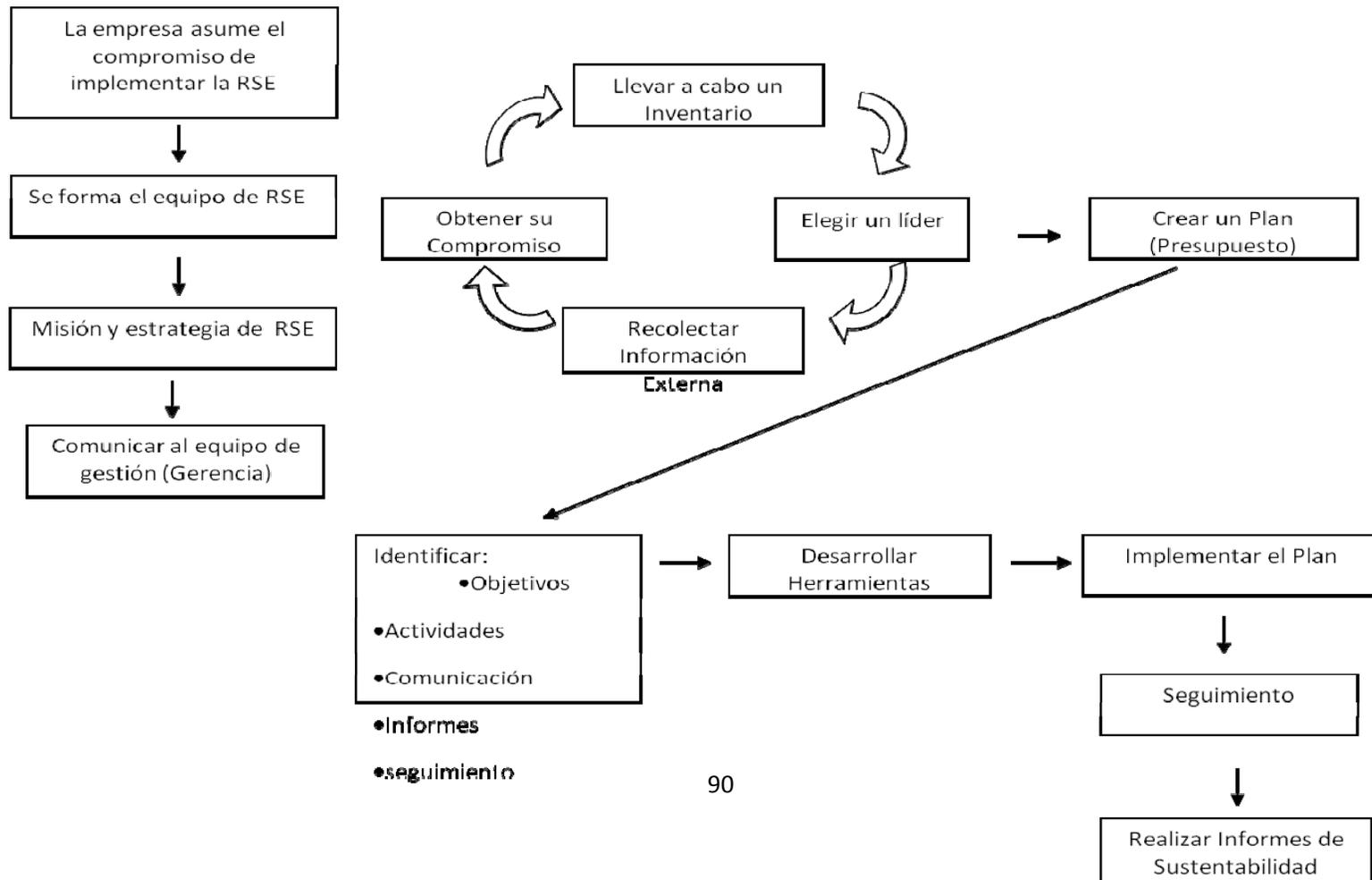
Programa de Desarrollo Integral Comunitario (PDIC): diseñado para la empresa Licorería La Florida, C.A. se fundamenta en tres áreas que la organización considera prioritarias, por lo tanto, todo su esfuerzo inicial se enfocara en ellas para comenzar a cumplir con la responsabilidad social que como empresa entiende y acepta que debe tener para ser considerada éticamente responsable. Esas áreas son: Salud, Educación y Deporte. Posteriormente se irán incorporando nuevas áreas para hacer de su PDIC, un programa completo que abarque todos los elementos éticos necesarios y que están contenidos en el concepto de responsabilidad social empresarial.

### **5.8 Implementación del Programa de Desarrollo Integral Comunitario (PDIC).**

Tal como se muestra en la figura N° 5, la implementación del programa de Desarrollo Integral Comunitario se da en 9 pasos, explicados en el punto 2.2.4 (p.39) y el mismo se da en un proceso secuencial donde se trabaja a lo interno con los 9 pasos señalados y un paralelo se realizan 5 pasos adicionales que luego se incorporan cuando se tiene el presupuesto establecido al paso 5 (identificación, objetivos, actividades y comunicación) del proceso central.

Figura N°5

Implementación del Programa de Desarrollo Integral Comunitario



**5.9.- Actividades a realizar para dar cumplimiento al programa de desarrollo integral comunitario.**

**Tabla N° 3  
Área de Salud**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>QUIEN</b>	<b>COMO</b>	<b>CUANDO</b>	<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>
<b>Dotar al centro de salud de la comunidad de insumos necesarios para prestación del servicio</b>	Ambulatorio Ramón Martínez	Mediante la aplicación de entrevistas con el personal médico del centro de salud entre ellos autoridades y Representantes comunitarios	3 veces al año específicamente cuatrimestralmente	Determinar las necesidades más puntuales para la dotación de los equipos	La empresa asignara el presupuesto los recursos necesarios para cubrir los costos.
<b>Realización de jornadas médicas-asistenciales en la comunidad</b>	Las personas que habitan en la comunidad	Seleccionar al personal médico especializado en diferentes áreas	3 veces al año con una duración de 2 días por jornadas	-Diagnosticar las necesidades de las comunidades  -Organizar el personal del ambulatorio junto con el consejo comunal	La empresa cubrirá los costos de las jornadas junto con el apoyo humano de la comunidad
<b>Realización de donativos de equipos a personas con discapacidades</b>	Personas con discapacidad de la comunidad	Entregar los equipos e instrumentos a las personas según su grado de discapacidad	2 veces al año específicamente semestralmente	Involucrar a la comunidad para realizar visitas casa por casa y así identificar a las personas que requieren la ayuda con urgencia	Mediante el aporte de la empresa.

**Tabla N° 4**  
**Área de Deportiva**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>QUIEN</b>	<b>COMO</b>	<b>CUANDO</b>	<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>
<b>Dotar de instrumentos deportivos para la realización de actividades relacionadas con esta área en la comunidad</b>	Cancha Las Palomas	Acondicionamiento de la cancha mediante la recuperación de su estructura y la entrega de material deportivo	2 veces al año en periodo específicamente semestrales	Planificar en conjunto con la comunidad las acciones aplicar para el acondicionamiento y dotación de la cancha deportiva	Recursos económicos aportados por la empresa y unión de recursos humanos trabajadores y comunidad
<b>Realización de encuentros deportivos entre trabajadores de la empresa y la comunidad.</b>	Integrantes de la empresa en conjunto con personas de la comunidad	Promoviendo la actividad deportiva como forma de integración empresa-Comunidad.	2 veces al año en periodos establecidos por la empresa y la comunidad	Establecer las áreas deportivas a realizar y su implicación en la comunidad	Aporte empresa-comunidad
<b>Promover el deporte como forma de relacionarse con la comunidad</b>	Integrantes de la empresa y la comunidad	Creando canales de información para saber las necesidades en cuanto al área deportiva en la comunidad	De manera periódica no estableciendo límites de tiempo	Planificar con el consejo comunal las personas encargadas de establecer la comunicación con la empresa en el área deportiva	Aporte de la empresa

**Tabla N° 5**  
**Área de Educación**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>QUIEN</b>	<b>COMO</b>	<b>CUANDO</b>	<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<b>RECURSOS</b>
<b>Dotar a la institución educativa de la comunidad en útiles y implementos escolares</b>	U.E Luis Beltrán Prieto Figueroa	Actualización de material didáctico y educativo de los alumnos y de la biblioteca de la institución	Se realizara con cada periodo escolar dependiendo de las necesidades de material educativo	Planificar junto con las autoridades de la institución la donación del material educativo.	Aporte de la empresa
<b>Realizar jornadas de competencias entre los alumnos en diferentes áreas educativas</b>	A los alumnos en los grados de 5to y 6to	Evaluar sus conocimientos en aspectos como matemáticas, castellano.	Una vez al año con una duración de dos días en cada jornadas	Reconocer los mejores estudiantes con incentivos acordados entre la empresa y la institución educativa	Aporte de la empresa de recursos económicos y material didáctico para su realización
<b>Promover las becas a los alumnos con alto rendimiento académico</b>	A los alumnos con notas altas en su grado de instrucción en la institución	Mediante el otorgamiento de un incentivo económico mensual que tenga duración de un periodo escolar	En el transcurso del periodo escolar respectivo de la institución	Planificar que los alumnos mantenga su rendimiento académico para seguir recibiendo la beca como única condición	Aporte de la empresa de los recursos y de la institución una lista con sus alumnos con mejores promedios académicos

## CONCLUSIONES

La problemática presentada con anterioridad, la propuesta y las opiniones emitidas por el personal que labora en la empresa Licorería La Florida, C.A., permiten formular las conclusiones más relevantes del estudio realizado. Con respecto a los resultados en las diferentes áreas de compromiso, se puede concluir:

La empresa cuenta con una misión y visión clara y definida, lo que permite indicar que conoce lo que es y hacia dónde quiere ir. Entendiéndose que una misión representa de una manera genérica la identidad de la empresa en el momento presente y en el futuro, y la visión es la proyección futura del modelo de una empresa en la que la organización desea convertirse y que le sirve de inspiración para la definición de estrategias y toma de decisiones. Así mismo, se concluye que la empresa Licorería La Florida, C.A., su misión es elaborar una gama de licores de excelente calidad y relación valor/precio, orientados a satisfacer y exceder las necesidades y expectativas de sus clientes, con grandes compromisos con su potencial humano, sus acciones y la comunidad, fomentando valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las misma.

Hoy en día, las organizaciones están sujetas a una gran diversidad de cambios que se presentan en el mundo empresarial, los cuales influyen en lo social, económico y cultural. De tal forma, que la empresa Licorería La Florida, C.A., no escapa de estos repentinos cambios y es por ello que se han preocupado en atender las necesidades que se puedan estar suscitando en la sociedad. En el estudio realizado se concluyó que la empresa contribuye en mejoras de comunidad adyacentes pero que es indispensable

que se cree y aplique un Programa de Desarrollo Integral Comunitario (PDIC).

En este sentido, el Programa de Desarrollo Integral Comunitario (PDIC) se fundamenta en tres áreas que la organización considera prioritarias Salud, Educación y Deporte. Posteriormente se irán incorporando nuevas áreas para hacer del mismo, un programa completo que abarque todos los elementos éticos necesarios y que están contenidos en el concepto de responsabilidad social empresarial para ser considerada éticamente responsable.

Por esta razón es indispensable que se tomen las correcciones necesarias y se le dé la debida importancia a la Responsabilidad Social Empresarial para ser reconocida como una empresa socialmente responsable:

- Es necesario la aplicación de un programa de responsabilidad social empresarial que involucre a la empresa con la comunidad.
- Se debe incentivar los valores éticos en las diferentes áreas que conforman la empresa Licorería La Florida, C.A.
- Crear un sentido de pertenencia de la comunidad con la empresa mediante la aplicación de programas emanados en la responsabilidad social empresarial.
- La responsabilidad social debe ser vista no como un gasto sino como una inversión por la empresa en función del mejoramiento de su imagen con la sociedad.

- Aplicación de jornadas y eventos que contribuyan al mejoramiento de la calidad en las áreas de educación, salud y deportivo como forma de afianzar la relación empresa-trabajadores y comunidad.

## RECOMENDACIONES

Una vez realizadas las conclusiones derivadas de la investigación se presentan las siguientes recomendaciones a la empresa Licorería La Florida, C.A, a fin de adecuar las condiciones para realizar formalmente el diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (PRSE) y establecer el plan de implementación:

- Los directivos de la empresa Licorería La Florida, C.A. deben comprender la importancia que tiene la responsabilidad social para garantizar la permanencia de la empresa en el tiempo. Esto no significa que la empresa tiene que resolver los problemas de las comunidades adyacentes como eje central de su gestión, se entiende que esos problemas deben ser resueltos por las autoridades competentes, sino que deben servir como instrumento para satisfacer las necesidades sociales que amerita las comunidades donde obtienen sus beneficios.
- Impartir conocimiento a los trabajadores en cuanto a responsabilidad social empresarial (RSE), con el objetivo de mejorar la imagen y así crear sentido de pertenencia entre sus trabajadores.
- Promover encuentros o torneos deportivos con mayor frecuencia para recrear a sus trabajadores y así lograr la interrelación con otros sectores de la comunidad combatiendo principalmente el ocio y la delincuencia.
- Fomentar entregas de materiales escolares a las escuelas de la localidad.
- Crear un Departamento de Responsabilidad Social.

- Designar un oficial o una persona responsable dentro de la organización, para que lleve a cabo el programa a implementar, dentro del Departamento de Recursos Humanos.
- Involucrar a los miembros de los Consejos Comunales que participen junto con la empresa Licorería La Florida, C.A. para evaluar las necesidades más urgentes de las personas con discapacidad.
- Dotar permanentemente al ambulatorio Ramón Martínez con la finalidad que se pueda garantizar la atención integral de los pacientes que asisten a solicitar atención medica

Involucrar a la comunidad para realizar visitas casa por casa y así identificar a las personas que requieren la ayuda con urgencia, entregando los equipos e instrumentos a las personas según su grado de discapacidad.

- Planificar en conjunto con la comunidad las acciones a aplicar para el acondicionamiento y dotación de la cancha deportiva
- Establecer las áreas deportivas a construir y su implicación en la comunidad
- Planificar junto con las autoridades de la institución la donación del material educativo.
- Reconocer los mejores estudiantes con incentivos acordados entre la empresa y la institución educativa.

- Planificar que los alumnos mantengan su rendimiento académico para seguir recibiendo la beca como única condición.

## BIBLIOGRAFÍA

### Textos:

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

Gedisa, S.A (2001). **Enciclopedia del Empresario**. Editorial Océano.

Hurtado de B, J (2000). **Proyecto de Investigación** Segunda edición Fundación Sypal.

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

------(1988). **Administración una Perspectiva Global**, Duodécima edición) McGraw-Hill Interamericana.

Robbins y Coulter (2005). **Administración**, Octava Edición Pearson Educación, México.

**Responsabilidad Social Empresarial en las Américas** (2001) Segunda edición Fondo Editorial del Centro Internacional de Educación y Desarrollo. (FONCIED).

### **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.

Tovar J, Salazar K, Cedeño L. (Año 2011) **Programa de Responsabilidad Social Empresarial Interno y Externo para la Empresa Agropecuaria Aprocao, C.A del Municipio Bermúdez del Estado Sucre.** Trabajo de Grado. Universidad de Oriente, Núcleo de Sucre.

### **Referencias Páginas Web:**

<http://www.es.wikipedia.org/wiki/Mercado> Noviembre 23, 2011//

[http://www.degerencia.com/tema/responsabilidad\\_social](http://www.degerencia.com/tema/responsabilidad_social) Noviembre 23, 2011//

<http://rseonline.com.ar/2010/07/6-características-de-la-rse-en-América-latina/> Noviembre 23, 2011//

<http://labuenaempresa.wordpress.com/2009/02/12/10-pasos-para-iniciar-un-programa-de-responsabilidad-social/> Enero 6, 2011//

[http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/Rev\\_INSHT/2006/37/fp\\_rev\\_37.pdf](http://www.insht.es/InshtWeb/Contenidos/Documentacion/TextosOnline/Rev_INSHT/2006/37/fp_rev_37.pdf) Enero 6, 2011//

## APENDICES

### Apéndice 1



**UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
NÚCLEO DE SUCRE  
ESCUELA DE ADMINISTRACION  
DEPARTAMENTO DE CONTADURIA**

#### Instrucciones

#### **Estimado trabajador:**

En la siguiente encuesta hallará una serie de interrogantes que es importante que usted responda para obtener una información más precisa y contribuir así al **Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la Empresa Licorería La Florida C.A. Cumaná, Estado Sucre. Periodo: Noviembre 2011- Marzo 2012.** Esta información es de uso exclusivo de este trabajo de investigación conservando plena privacidad, gratificando de antemano la valiosa colaboración brindada en el llenado de este instrumento.

**Instrucciones:** lea cuidadosamente las preguntas contenidas en la encuesta, marcando con una "X" la opción de su preferencia, de forma objetiva cada una de ellas, utilizando para ello preferiblemente bolígrafo. Se le agradece ser lo más sincero posible al momento de seleccionar sus respuestas.

Agradeciendo la colaboración que tenga a bien prestar:

Figuera Claudibel

Salazar Yuris

## DATOS DE IDENTIFICACION

Cargo que ocupa dentro de la empresa \_\_\_\_\_

Año de servicios \_\_\_\_\_

## CUESTIONARIO EMPLEADOS

1- ¿Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes?	Empleados	
	SI	NO

2- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos?	Empleados	
	SI	NO
2.1- Charlas		
2.2-Ornato de fachada		
2.3-Colaboración (Donaciones)		
2.4-Encuentros Deportivos		
2.5-Honrando Compromisos		

3- ¿Cuales son los recursos con que cuenta la empresa Licorería La Florida, C.A para ejecutar operaciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)?	Empleados	
	SI	NO
3.1- Recursos Humanos		
3.2- Recursos Materiales		
3.3- Recursos Financieros		
3.4- Recursos Tecnológico		

4- ¿Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. reaccionará a favor de la comunidad en caso de desastre natural?	<b>Empleados</b>	
	SI	NO

- Si su respuesta es sí:

5- ¿De qué manera reaccionaria a favor de la comunidad?	<b>Empleados</b>	
	SI	NO
5.1- Donaciones de su productos		
5.2- Servir de albergue		
5.3- Colaborando económicamente		
5.4- Donaciones de comida.		
5.5- Centro de acopio		

6- ¿En caso de un desastre la comunidad acudiría a ayudar a la empresa Licorería La Florida, C.A?	<b>Empleados</b>	
	SI	NO

7.- ¿Considera usted que cuenta con buenos beneficios, acorde con el trabajo que realiza?	<b>Empleados</b>	
	SI	NO

8. ¿Conoce usted cuales son los beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A?	<b>Empleados</b>	
8.1- Becas para sus Hijos		
8.2- Juguetes en Navidad		
8.3 Donaciones en efectivo		
8.4- Capacitación		
8.5- Donaciones de Productos y		

<b>Servicios</b>		
<b>8.6- Buenas Condiciones Laborales</b>		
<b>8.7- Reconocimientos</b>		

<b>9.- ¿La empresa brinda los equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales, y para manejar emergencias?</b>	<b>Empleados</b>	
	SI	NO

<b>10. ¿Indique que tipo de equipos brinda?</b>	<b>Empleados</b>	
<b>10.1- De protección personal</b>		
<b>10.2- Uniformes</b>		
<b>10.3 Equipos de oficinas adecuados</b>		
<b>10.4- Equipos de Primeros Auxilios</b>		
<b>10.5- Ambulancia</b>		
<b>10.6- Señales de Peligro</b>		
<b>10.7- Extintores</b>		

<b>11.- ¿Capacita a sus trabajadores en temas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y Profesional?</b>	<b>Empleados</b>	
	SI	NO

<b>12.-¿De qué manera los debería capacitar?</b>	<b>Empleados</b>	
	SI	NO
<b>12.1- Charlas o Talleres</b>		
<b>12.2- Inducción</b>		
<b>12.3 Prevención</b>		
<b>12.4- Entrenamiento</b>		

- Si su respuesta es NO:

13- ¿Por qué no reciben capacitación?	Empleados	
	SI	NO
13.1- Representa un gasto para la empresa		
13.2- Tiempo		

14.- ¿Cree usted que la empresa lleva a cabo Programas y Proyectos ecológicos o de Protección ambiental?	Empleados	
	SI	NO

- Si su respuesta es SI:

15.- ¿indique Cuáles programas?	Empleados	
	SI	NO
15.1- Reutilización de la materia prima		
15.2- Reciclaje		
15.3 Jornadas de Limpieza de sus alrededores		
15.4- Creación de grupos ecológicos		
15.5- Asociación de organizaciones ambientales		

- Si su respuesta es NO

16- ¿A qué cree usted que se debe que no tenga programas y Proyectos ecológicos o de Protección ambiental?	Empleados	
	SI	NO
16.1- No cuenta con personal capacitado en el área		
16.2- Es muy costoso		

<b>16.3- Falta de recursos materiales</b>		
---	--	--

<b>17- Indique cuales son las fortalezas presentes en el proceso de Responsabilidad Social.</b>	<b>Empleados</b>	
	SI	NO
<b>17.1- Buena reputación de servicio, reconocida internacionalmente.</b>		
<b>17.2- Capacidad financiera para ejecutar proyectos</b>		
<b>17.3- Productos de alta calidad</b>		
<b>17.4- Aumentar el índice de empleo</b>		

<b>18.- ¿Conoce usted si la empresa Licorería La Florida, C.A le hace donaciones a otras instituciones?</b>	<b>Empleados</b>	
	SI	NO

<b>19- Señales a cuales instituciones.</b>	<b>Empleados</b>	
	SI	NO
<b>19.1- Ambulatorios</b>		
<b>19.2- Ancianatos</b>		
<b>19.3- Escuelas</b>		
<b>19.4- Bomberos</b>		
<b>19.5. Hospitales</b>		

<b>20.- ¿Considera usted si la comunidad se siente identificada con la empresa?</b>	<b>Empleados</b>	
	SI	NO

21- ¿Qué siente cuando dice “SOY TRABAJADOR DE LA EMPRESA Licorería La Florida, C.A?”	Empleados	
	SI	NO
21.1- Felicidad		
21.2- Tristeza		
21.3- Satisfacción		
21.4- Frustración		
21.5 Comodidad		
21.3- Orgullo		

22- ¿Desde tu punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A?	Empleados	
	SI	NO
22.1- Prestigio		
22.2- Buen sueldo		
22.3- No hay otra fuente de empleo		
22.4- Sustento a la familia		
22.5 Posibilidades de crecer		
22.6- Única en el ramo de su profesión		

Gracias por su colaboración!!!!.....

**DATOS DE IDENTIFICACION**

Cargo que ocupa dentro de la empresa \_\_\_\_\_

Año de servicios \_\_\_\_\_

**CUESTIONARIO OBREROS**

1.- ¿Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes?	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
2- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos?	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
2.1- Charlas		
2.2- Inducción		
2.3- Entrenamiento		
2.4- Detección de Necesidades		
2.5- Plan de Adiestramiento		
2.6- Crecimiento Profesional		
3. ¿Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A?	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
3.1- Becas para sus Hijos		
3.2- Juguetes en Navidad		
3.3 Donaciones en efectivo		

<b>3.4- Capacitación</b>		
<b>3.5- Donaciones de Productos y Servicios</b>		
<b>3.6- Buenas Condiciones Laborales</b>		
<b>3.7.- Reconocimientos</b>		

<b>4.- ¿Quiénes creen ustedes serian los responsables de llevar a cabo los planes de responsabilidad social en la empresa?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
<b>4.1- Presidencia</b>		
<b>4.2- Vicepresidencia</b>		
<b>4.3- Administración</b>		
<b>4.4- Dpto. Compras</b>		
<b>4.5.- Dpto. De Recursos Humanos</b>		
<b>4.6.- Junta Directiva</b>		

<b>5.- ¿La empresa brinda los equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales, y para manejar emergencias?</b>	SI	NO
<b>5.1.- Siempre</b>		
<b>5.2.- Casi siempre</b>		
<b>5.3.- A veces</b>		

<b>6.- Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
<b>6.1.- Uniformes</b>		

<b>6.2.- Equipos de oficinas adecuados</b>		
<b>6.3.- Equipos de Primeros Auxilios</b>		
<b>6.4.- Ambulancia</b>		
<b>6.5.- Señales de Peligro</b>		
<b>6.6.- Extintores</b>		
<b>6.7.- (Tapones. Botas, Lentes, etc.)</b>		

<b>.7.- ¿Cree usted que la empresa promueve el deporte entre sus trabajadores?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO

<b>8.-¿Qué tipo de deporte promueve la empresa?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
<b>8.1.- Juegos de softbol</b>		
<b>8.2.- Juego de bolas criollas</b>		
<b>8.3.- Juegos de mesa</b>		

<b>9.- ¿Considera usted que la empresa Licorería La Florida, C.A realiza jornadas de salud para trabajadores?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO

<b>10.- ¿Cuáles jornadas de salud realiza la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
<b>10.1- Jornadas de vacunación</b>		

<b>10.2- Jornadas de certificados de salud</b>		
<b>10.3- Jornadas de nutrición</b>		
<b>10.4.- Jornadas de chequeo médico</b>		

<b>11. ¿Indique que eventos sociales promueve la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
<b>11.1.- Aniversario de la empresa</b>		
<b>11.2- Día del Trabajador</b>		
<b>11.3- Día de la Madre</b>		
<b>11.4- Día del Padre</b>		
<b>11.5- Día del Niño</b>		
<b>11.6- Fiesta navideña</b>		

<b>12.- ¿Conoce usted si la empresa ejecuta actividades que beneficien a las comunidades?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO

<b>13.- ¿Conoce usted si la empresa LICORERÍA LA FLORIDA C.A le hace donaciones a otras instituciones?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO

<b>14.- ¿Señale a cuales instituciones?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
<b>14.1.- Ambulatorios</b>		

<b>14.2.- Ancianatos</b>		
<b>14.3.- Escuelas</b>		
<b>14.4.- Bomberos</b>		
<b>14.5.- Hospitales</b>		

<b>.15.- ¿Cree usted que la empresa lleva a cabo programas y proyectos ecológicos o de Protección ambiental?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO

<b>16. ¿Indique cuales conoce usted?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
<b>16.1.- Reutilización de la materia prima</b>		
<b>16. 2.- Jornadas de Limpieza de sus Alrededores</b>		
<b>16.3.- Creación de Grupos Ecológicos</b>		
<b>16. 4.- Asociación de Organizaciones Ambientales</b>		

<b>17.- ¿Por qué? No cuenta con personal capacitado en el área</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO

<b>18.- ¿Cree que la empresa sería solidaria con las comunidades en caso de desastre natural?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO

<b>19.- ¿De qué manera sería solidaria?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
<b>19.1.- Hacer donaciones de su productos</b>		
<b>19.2.- Servir de albergue</b>		
<b>19.3.- Colaborando económicamente</b>		
<b>19.4.- Donaciones de comida</b>		

<b>20.- ¿Piensa usted que la comunidad se siente identificada con la empresa Licorería La Florida C.A.?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO

<b>21.- ¿Qué siente cuando dice soy trabajador de la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Obreros</b>	
	SI	NO
<b>21.1.- Felicidad</b>		
<b>21.2.- Tristeza</b>		
<b>21.3.- Satisfacción</b>		
<b>21.4.- Frustración</b>		

<b>21.5.- Comodidad</b>		
<b>21.6.- Orgullo</b>		

<b>22- ¿Desde su punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A?</b>	<b>Obreros</b>	
	<b>SI</b>	<b>NO</b>
<b>22.1.- Prestigio</b>		
<b>22.2.- Buen sueldo</b>		
<b>22.3.- No hay otra fuente de empleo</b>		
<b>22.4.- Sustento a la familia</b>		
<b>22.5.- Posibilidades de crecer</b>		
<b>22.6.- Única en el ramo de su profesión</b>		

**Gracias por su colaboración!!!!.....**

## Estadísticos Descriptivos (Empleados)

	N	Media	Desv. típ.
1.- ¿Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes?	10	1,000	,0000
2.1- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Charlas	10	1,900	,3162
2.2- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Ornato de fachada	10	1,800	,4216
2.3- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Colaboración (Donaciones)	10	1,100	,3162
2.4- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Encuentros Deportivos	10	1,800	,4216
2.5- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Honrando Compromisos	10	1,900	,3162
3.1- ¿Cuales son los recursos con que cuenta la empresa Licorería La Florida, C.A para ejecutar operaciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)? Recursos Humanos	10	1,200	,4216
3.2- ¿Cuales son los recursos con que cuenta la empresa Licorería La Florida, C.A para ejecutar operaciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)? Recursos Materiales	10	1,600	,5164
3.3- ¿Cuales son los recursos con que cuenta la empresa Licorería La Florida, C.A para ejecutar operaciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)? Recursos Financieros	10	1,500	,5270
3.4- ¿Cuales son los recursos con que cuenta la empresa Licorería La Florida, C.A para ejecutar operaciones en materia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)? Recursos Tecnológicos	10	1,800	,4216
4.- ¿Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A reaccionará a favor de la comunidad en caso de desastre natural?	10	1,000	,0000
5.1- ¿De qué manera reaccionaria a favor de la comunidad? Hacer donaciones de su productos	10	1,900	,3162
5.2- ¿De qué manera reaccionaria a favor de la comunidad? Servir de albergue	10	2,000	,0000
5.3- ¿De qué manera reaccionaria a favor de la comunidad? Colaborando económicamente	10	1,600	,5164
5.4- ¿De qué manera reaccionaria a favor de la comunidad? Donaciones de comida	10	1,000	,0000
5.5- ¿De qué manera reaccionaria a favor de la comunidad? Centro de acopio	10	1,900	,3162
6.- ¿En caso de un desastre la comunidad acudiría a ayudar a la empresa Licorería La Florida, C.A?	10	1,100	,3162
7.- ¿Considera usted que cuenta con buenos beneficios, acorde con el trabajo que realiza?	10	1,000	,0000
8.1- ¿Conoce usted cuales beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Becas para sus Hijos	10	1,700	,4830
8.2- ¿Conoce usted cuales beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Juguetes en Navidad	10	1,400	,5164
8.3- ¿Conoce usted cuales beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Donaciones en efectivo	10	1,700	,4830
8.4- ¿Conoce usted cuales beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Capacitación	10	1,100	,3162
8.5- ¿Conoce usted cuales beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Donaciones de Productos y Servicios	10	1,700	,4830
8.6- ¿Conoce usted cuales beneficios que brinda la empresa Licorería La Florida, C.A?	10	1,100	,3162

Buenas Condiciones Laborales			
8.7- ¿Conoce usted cuales beneficios que brinda la empresa LICORERÍA LA FLORIDA, C.A? Reconocimientos	10	1,100	,3162
9.- ¿La empresa brinda los equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales, y para manejar emergencias?	10	1,900	,3162
10.1- ¿Indique que tipo de equipos brinda? De protección personal	10	1,000	,0000
10.2- ¿Indique que tipo de equipos brinda? Uniformes	10	1,100	,3162
10.3- ¿Indique que tipo de equipos brinda? Equipos de oficinas adecuados	10	1,000	,0000
10.4- ¿Indique que tipo de equipos brinda? Equipos de Primeros Auxilios	10	1,200	,4216
10.5- ¿Indique que tipo de equipos brinda? Ambulancia	10	1,300	,4830
10.6- ¿Indique que tipo de equipos brinda? Señales de Peligro	10	1,800	,4216
10.7- ¿Indique que tipo de equipos brinda? Extintores	10	1,000	,0000
11.- ¿Capacita a sus trabajadores en temas de responsabilidad social empresarial (RSE) y profesional?	10	1,900	,3162
12.1- ¿De qué manera los debería capacitar? Charlas o Talleres	10	1,300	,4830
12.2- ¿De qué manera los debería capacitar? Inducción	10	1,500	,5270
12.3- ¿De qué manera los debería capacitar? Prevención	10	1,500	,5270
12.4- ¿De qué manera los debería capacitar? Entrenamiento	10	1,500	,5270
13.1- ¿Por qué no recibe capacitación? Representa un gasto para la empresa	10	2,000	,0000
13.2- ¿Por qué no recibe capacitación? Tiempo	10	2,000	,0000
14.- ¿Cree usted que la empresa lleva a cabo Programas y Proyectos ecológicos o de Protección ambiental?	10	1,800	,4216
15.1- ¿indique Cuáles programas? Reutilización de la materia prima	10	1,300	,4830
15.2- ¿indique Cuáles programas? Reciclaje	10	1,500	,5270
15.3- ¿indique Cuáles programas? Jornadas de Limpieza de sus alrededores	10	1,600	,5164
15.4- ¿indique Cuáles programas? Creación de grupos ecológicos	10	1,500	,5270
15.5- ¿indique Cuáles programas? Asociación de organizaciones ambientales	10	2,000	,0000
16.1- ¿A qué cree usted que se debe que no tenga programas? No cuenta con personal capacitado en el área	10	1,900	,3162
16.2- ¿A qué cree usted que se debe que no tenga programas? Es muy costoso	10	2,000	,0000
16.3- ¿A qué cree usted que se debe que no tenga programas? Falta de recursos materiales	10	1,900	,3162
17.1- Indique cuales son las fortalezas presentes en el proceso de Responsabilidad Social. Buena reputación de servicio, reconocida internacionalmente	10	1,900	,3162
17.2- Indique cuales son las fortalezas presentes en el proceso de Responsabilidad Social. Capacidad financiera para ejecutar proyectos	10	1,700	,4830
17.3- Indique cuales son las fortalezas presentes en el proceso de Responsabilidad Social. Productos de alta calidad	10	1,200	,4216
17.4- Indique cuales son las fortalezas presentes en el proceso de Responsabilidad Social. Aumentar el índice de empleo	10	1,300	,4830
18.- ¿Conoce usted si la empresa Licorería La Florida, C.A le hace donaciones a otras instituciones?	10	1,300	,4830
19.1- Señales a cuales instituciones. Ambulatorios	10	1,000	,0000

19.2- Señales a cuales instituciones. Ancianatos	10	1,000	,0000
19.3- Señales a cuales instituciones. Escuelas	10	1,300	,4830
19.4- Señales a cuales instituciones. Bomberos	10	1,100	,3162
19.5- Señales a cuales instituciones. Hospitales	10	1,400	,5164
20.- ¿Considera usted si la comunidad se siente identificada con la empresa?	10	1,000	,0000
21.1- ¿Qué siente cuando dice "SOY TRABAJADOR de La Empresa Licorería La Florida, C.A? Felicidad	10	1,400	,5164
21.2- ¿Qué siente cuando dice "SOY TRABAJADOR de la Empresa Licorería La Florida, C.A? Tristeza	10	1,900	,3162
21.3- ¿Qué siente cuando dice "SOY TRABAJADOR de La Empresa Licorería La Florida, C.A? Satisfacción	10	1,300	,4830
21.4- ¿Qué siente cuando dice "SOY TRABAJADOR de la Empresa Licorería La Florida, C.A? Frustración	10	1,800	,4216
21.5- ¿Qué siente cuando dice "SOY TRABAJADOR de la Empresa Licorería La Florida, C.A? Comodidad	10	1,700	,4830
21.6- ¿Qué siente cuando dice "SOY TRABAJADOR de La Empresa Licorería La Florida, C.A? Orgullo	10	1,400	,5164
22.1- ¿.- Desde tu punto de vista cómo describirías a la Empresa Licorería La Florida, C.A? Prestigio	10	1,300	,4830
22.2- ¿.- Desde tu punto de vista cómo describirías a la Empresa Licorería La Florida, C.A? Buen sueldo	10	1,500	,5270
22.3- ¿.- Desde tu punto de vista cómo describirías a la Empresa Licorería La Florida, C.A? No hay otra fuente de empleo	10	2,000	,0000
22.4- ¿.- Desde tu punto de vista cómo describirías a la Empresa Licorería La Florida, C.A? Sustento a la familia	10	1,700	,4830
22.5- ¿.- Desde tu punto de vista cómo describirías a la Empresa Licorería La Florida, C.A? Posibilidades de crecer	10	1,200	,4216
22.6- ¿.- Desde tu punto de vista cómo describirías a la Empresa Licorería La Florida, C.A? Única en el ramo de su profesión	10	2,000	,0000
N válido (según lista)	10		

## Estadísticos Descriptivos (Obreros)

	N	Media	Desv. típ.
1.- ¿Cree usted que la empresa Licorería La Florida, C.A. fomenta valores éticos, asociatividad, conciencia cívica y confianza en las comunidades adyacentes?	21	1,000	,0000
2.1- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Charlas	21	1,429	,5071
2.2- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Inducción	21	1,571	,5071
2.3- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Entrenamiento	21	1,714	,4629
2.4- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Detección de Necesidades	21	1,667	,4830
2.5- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Plan de Adiestramiento	21	1,667	,4830
2.7- ¿De qué manera la empresa Licorería La Florida, C.A fomenta esos valores éticos? Crecimiento Profesional	21	1,619	,4976
3.1- ¿Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A? Becas para sus Hijos	21	1,667	,4830
3.2- ¿Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A? Juguetes en Navidad	21	1,429	,5071
3.3- ¿Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A? Donaciones en efectivo	21	1,810	,4024
3.4- ¿Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A? Capacitación	21	1,571	,5071
3.5- ¿Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A? Donaciones de Productos y Servicios	21	1,714	,4629
3.6- ¿Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A? Buenas Condiciones Laborales	21	1,476	,5118
3.7- ¿Cuáles son los beneficios que recibe usted de la empresa Licorería La Florida, C.A? Reconocimientos	21	1,619	,4976
4.1- ¿Quiénes son los responsables de llevar a cabo los planes de responsabilidad social en la empresa? Presidencia	21	1,857	,3586
4.2- ¿Quiénes son los responsables de llevar a cabo los planes de responsabilidad social en la empresa? Vicepresidencia	21	1,905	,3008
4.3- ¿Quiénes son los responsables de llevar a cabo los planes de responsabilidad social en la empresa? Administración	21	1,714	,4629
4.4- ¿Quiénes son los responsables de llevar a cabo los planes de responsabilidad social en la empresa? Dpto. Compras	21	1,905	,3008
4.5- ¿Quiénes son los responsables de llevar a cabo los planes de responsabilidad social en la empresa? Dpto. De Recursos Humanos	21	1,238	,4364
4.6- ¿Quiénes son los responsables de llevar a cabo los planes de responsabilidad social en la empresa? Junta Directiva	21	1,810	,4024
5.- ¿La empresa brinda los equipos necesarios para prevenir enfermedades, accidentes laborales, y para manejar emergencias?	21	1,381	,5896
6.1- ¿Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Uniformes	21	1,190	,4024
6.2- ¿Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Equipos de oficinas adecuados	21	1,524	,5118
6.3- ¿Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Equipos de Primeros Auxilios	21	1,333	,4830
6.4- ¿Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Ambulancia	21	1,714	,4629
6.5- ¿Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Señales de Peligro	21	1,190	,4024
6.6- ¿Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? Extintores	21	1,190	,4024
6.7- ¿Qué tipo de equipos brinda la empresa Licorería La Florida, C.A? EPP (Tapones. Botas,	21	1,667	,4830

Lentes, etc.)			
7.- ¿Cree usted que la empresa promueve el deporte entre sus trabajadores?	21	1,143	,3586
8.1- ¿Qué tipo de deporte promueve la empresa? Juegos de softbol	21	1,381	,4976
8.2- ¿Qué tipo de deporte promueve la empresa? Juego de bolas criollas	21	1,143	,3586
8.3- ¿Qué tipo de deporte promueve la empresa? Juegos de mesa	21	1,476	,5118
9.- ¿Considera usted que la empresa Licorería La Florida, C.A realiza jornadas de salud para trabajadores?	21	1,190	,4024
10.1- ¿Cuáles jornadas de salud realiza la empresa Licorería La Florida, C.A? Jornadas de vacunación	21	1,381	,4976
10.2- ¿Cuáles jornadas de salud realiza la empresa Licorería La Florida, C.A? Jornadas de certificados de salud	21	1,381	,4976
10.3- ¿Cuáles jornadas de salud realiza la empresa Licorería La Florida, C.A? Jornadas de nutrición	21	1,571	,5071
10.4- ¿Cuáles jornadas de salud realiza la empresa Licorería La Florida, C.A? Jornadas de chequeo médico	21	1,524	,5118
11.1- ¿Indique que eventos sociales promueve la empresa Licorería La Florida, C.A? Aniversario de la empresa	21	1,190	,4024
11.2- ¿Indique que eventos sociales promueve la empresa Licorería La Florida, C.A? Día del Trabajador	21	1,429	,5071
11.3- ¿Indique que eventos sociales promueve la empresa Licorería La Florida, C.A? Día de la Madre	21	1,762	,4364
11.4- ¿Indique que eventos sociales promueve la empresa Licorería La Florida, C.A? Día del Padre	21	1,476	,5118
11.5- ¿Indique que eventos sociales promueve la empresa Licorería La Florida, C.A? Día del Niño	21	1,333	,4830
11.6- ¿Indique que eventos sociales promueve la empresa Licorería La Florida, C.A? Fiesta navideña	21	1,381	,4976
12.- ¿Conoce usted si la empresa ejecuta actividades que beneficien a las comunidades?	21	1,476	,5118
13.- ¿Conoce usted si la empresa Licorería La Florida, C.A le hace donaciones a otras instituciones?	21	1,238	,4364
14.1- ¿Señale a cuales instituciones? Ambulatorios	21	1,333	,4830
14.2- ¿Señale a cuales instituciones? Ancianatos	21	1,524	,5118
14.3- ¿Señale a cuales instituciones? Escuelas	21	1,524	,5118
14.4- ¿Señale a cuales instituciones? Bomberos	21	1,381	,4976
14.5- ¿Señale a cuales instituciones? Hospitales	21	1,810	,4024
15.- ¿Cree usted que la empresa lleva a cabo programas y proyectos ecológicos o de protección ambiental?	21	1,286	,4629
16.1- ¿Indique cuales conoce usted? Reutilización de la materia prima	21	1,524	,5118
16.2- ¿Indique cuales conoce usted? Reciclaje	21	1,476	,5118
16.3- ¿Indique cuales conoce usted? Jornadas de Limpieza de sus Alrededores	21	1,238	,4364
16.4- ¿Indique cuales conoce usted? Creación de Grupos Ecológicos	21	1,762	,4364
16.5- ¿Indique cuales conoce usted? Asociación de Organizaciones Ambientales	21	1,714	,4629
17.1- ¿Por qué? No cuenta con personal capacitado en el área	21	1,810	,4024
17.2- ¿Por qué? Es muy costoso	21	1,952	,2182
17.3- ¿Por qué? Falta de recursos materiales	21	1,905	,3008
18 ¿Cree que la empresa sería solidaria con las comunidades en caso de desastre natural?	21	1,286	,4629
19.1- ¿De qué manera sería solidaria? Hacer donaciones de su productos	21	1,810	,4024
19.2- ¿De qué manera sería solidaria? Servir de albergue	21	1,571	,5071
19.3- ¿De qué manera sería solidaria? Colaborando económicamente	21	1,476	,5118
19.4- ¿De qué manera sería solidaria? Donaciones de comida	21	1,286	,4629
19.5- ¿De qué manera sería solidaria? Centro de acopio	21	1,714	,4629
20.- ¿Piensa usted que la comunidad se siente identificada con la empresa Licorería La Florida, C.A.?	21	1,3333	,48305

21.1- ¿Qué siente cuando dice soy trabajador de la empresa Licorería La Florida, C.A? Felicidad	21	1,2381	,43644
21.2- ¿Qué siente cuando dice soy trabajador de la empresa Licorería La Florida C.A? Tristeza	21	1,6667	,48305
21.3- ¿Qué siente cuando dice soy trabajador de la empresa Licorería La Florida, C.A? Satisfacción	21	1,4286	,50709
21.4- ¿Qué siente cuando dice soy trabajador de la empresa Licorería La Florida, C.A? Frustración	21	1,7619	,43644
21.5- ¿Qué siente cuando dice soy trabajador de la empresa Licorería La Florida, C.A? Comodidad	21	1,5238	,51177
21.7- ¿Qué siente cuando dice soy trabajador de la empresa Licorería La Florida, C.A? Orgullo	21	1,5238	,51177
22.1- ¿Desde su punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A? Prestigio	21	1,3810	,49761
22.2- ¿Desde su punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A? Buen sueldo	21	1,5238	,51177
22.3- ¿Desde su punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A? No hay otra fuente de empleo	21	1,9048	,30079
22.4- ¿Desde su punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A? Sustento a la familia	21	1,4762	,51177
22.5- ¿Desde su punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A? Posibilidades de crecer	21	1,3333	,48305
22.6- ¿Desde su punto de vista cómo describirías a la empresa Licorería La Florida, C.A? Única en el ramo de su profesión	21	1,8095	,40237

## Hoja de Metadatos

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

<b>Título</b>	<b>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</b>
<b>Subtítulo</b>	

### Autor(es)

<b>Apellidos y Nombres</b>	<b>Código CVLAC / e-mail</b>	
<b>Figuera E, Claudibel Del V</b>	<b>CVLAC</b>	<b>17.909.590</b>
	<b>e-mail</b>	<b>claudifig@hotmail.com</b>
	<b>e-mail</b>	
<b>Salazar S, Yuris Del V</b>	<b>CVLAC</b>	<b>18.903.581</b>
	<b>e-mail</b>	<b>Yurisdelosangeles@gmail.com</b>
	<b>e-mail</b>	

### Palabras o frases claves:

Valores Éticos
Asociatividad
Confianza
Conciencia Cívica

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

### Líneas y sublíneas de investigación:

Área	Subárea
<b>Ciencias Administrativas</b>	<b>Contaduría Pública</b>

### Resumen (abstract):

Las empresas sirven y se sirven de la sociedad, por lo que no deben desligarse de ella, ya que son entes sociales que tienen una responsabilidad que cumplir con la misma. Por esta razón, la gerencia de las empresas deben prepararse para enfrentar los cambios que se dan dentro y fuera de ella. La investigación que a continuación se presenta se realizó con el propósito de Diseñar un Programa de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), identificado como Programa de Desarrollo Integral Comunitario (PDIC) en la empresa Licorería La Florida, C.A., con el objeto de apoyar a la misma, en conjunto con la comunidad, en la implementación, desarrollo y mejoras de actividades socialmente responsables que le permitan alcanzar el reconocimiento, respeto y prestigio que merece. Se fundamenta en tres áreas que la organización considera prioritarias, por lo tanto, todo su esfuerzo inicial se enfocara en ellas para comenzar a cumplir con la responsabilidad social que como empresa entiende y acepta. Esas áreas son: Salud, Educación y Deporte. Posteriormente, se irán incorporando nuevas áreas para hacer de su PDIC, un programa completo que abarque todos los elementos éticos necesarios y que están contenidos en el concepto de responsabilidad social empresarial. Para llevar a cabo el análisis, se hizo necesaria la utilización del tipo de investigación de campo con nivel descriptivo, apoyado en la revisión de fuentes primarias y secundarias. La recopilación de la información se realizó a través de la aplicación de un cuestionario semi-estructurado comprendido por 10 preguntas cerradas de selección simple y 12 abiertas, de igual forma se elaboraron tablas de frecuencia con base a los resultados del instrumento aplicado, analizando los datos y precisando las características de la implementación del programa, razones por las cuales se proponen un conjunto de recomendaciones que permitan resolver la problemática de estudio. Como conclusión importante se indica que la empresa debe implementar el Programa de RSE propuesto para que sea reconocida como ética y socialmente responsable.

Palabras Claves: valores éticos, Asociatividad, confianza y conciencia cívica

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

### Contribuidores:

Apellidos y Nombres	ROL / Código CVLAC / e-mail																									
<b>MSc. Cabello Díaz, Cándida</b>	ROL	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 5%;">C</td> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: center; width: 5%;">AA</td> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; text-align: center;">XX</td> <td style="text-align: center; width: 5%;">TT</td> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: center; width: 5%;">JJ</td> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; text-align: center;">XX</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">C</td> <td></td> <td style="text-align: center;">S</td> <td></td> <td style="text-align: center;">U</td> <td></td> <td style="text-align: center;">U</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">A</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	C		AA	XX	TT		JJ	XX	C		S		U		U		A							
	C		AA	XX	TT		JJ	XX																		
	C		S		U		U																			
	A																									
CVLAC	<b>5.187.997</b>																									
e-mail	<b>Candidacabello@gmail.com</b>																									
e-mail																										
	ROL	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="text-align: center; width: 5%;">C</td> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: center; width: 5%;">AA</td> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; text-align: center;">XX</td> <td style="text-align: center; width: 5%;">TT</td> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px;"></td> <td style="text-align: center; width: 5%;">JJ</td> <td style="border: 1px solid black; width: 30px; height: 20px; text-align: center;">XX</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">C</td> <td></td> <td style="text-align: center;">S</td> <td></td> <td style="text-align: center;">U</td> <td></td> <td style="text-align: center;">U</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">A</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table>	C		AA	XX	TT		JJ	XX	C		S		U		U		A							
	C		AA	XX	TT		JJ	XX																		
	C		S		U		U																			
	A																									
CVLAC																										
e-mail																										
e-mail																										

Fecha de discusión y aprobación:

Año      Mes      Día

2012	03	29
------	----	----

Lenguaje: SPA \_\_\_\_\_

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

Archivo(s):

Nombre de archivo	Tipo MIME
Tesis Figuera y Salazar.doc	Application/Word

Alcance:

Espacial: **UNIVERSAL** (Opcional)

Temporal: **TEMPORAL** (Opcional)

Título o Grado asociado con el trabajo:

Licenciado en Contaduría Pública

Nivel Asociado con el Trabajo: **Licenciado**

Área de Estudio:

Contaduría Pública

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

UNIVERSIDAD DE ORIENTE

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



UNIVERSIDAD DE ORIENTE  
CONSEJO UNIVERSITARIO  
RECTORADO

CUN°0975

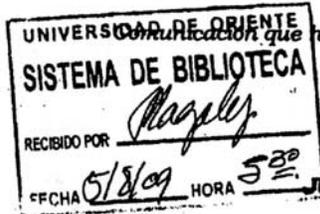
Cumaná, 04 AGO 2009

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"**.

Letdo 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 CUMPELO**  
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/manuja

Apartado Correos 094 / Telfs: 4008042 - 4008044 / 8008045 Telefax: 4008043 / Cumaná - Venezuela

Hoja de Metadatos para Tesis y Trabajos de Ascenso-  
6/6

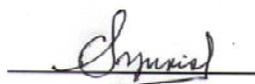
Artículo 41 del REGLAMENTO DE TRABAJO DE PREGRADO (vigente a partir del II Semestre 2009, según comunicación CU-034-2009) : "los Trabajos de Grado son de la exclusiva propiedad de la Universidad de Oriente, y sólo podrán ser utilizados para otros fines con el consentimiento del Consejo de Núcleo respectivo, quien deberá participarlo previamente al Consejo Universitario para su autorización".



Figuera E, Claudibel Del V

C.I: 17.909.590

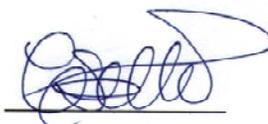
AUTOR I



Salazar S, Yuris Del V

C.I: 18.903.581

AUTOR II



Cabello D, Cándida R

C.I: 5.187.997

ASESOR