



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



**ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL  
SECTOR SERVICIOS EN UNA EMPRESA ADMINISTRADORA DE  
FRANQUICIAS DEL ESTADO CARABOBO**

Autores:  
Carrillo, Yessica  
Osechas, Mirian

Campus Bárbula, Julio 2015



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



**ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL  
SECTOR SERVICIOS EN UNA EMPRESA ADMINISTRADORA DE  
FRANQUICIAS DEL ESTADO CARABOBO**

Tutor:

Lcda. Dinoska Tovar Zerpa

Autores:

Carrillo, Yessica

Osechas, Mirian

**Trabajo de Grado presentado para optar al título de Licenciado en  
Relaciones Industriales**

Campus Bárbula, Julio 2015



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



**CONSTANCIA DE ACPETACION**

**ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL  
SECTOR SERVICIOS EN UNA EMPRESA ADMINISTRADORA DE  
FRANQUICIAS DEL ESTADO CARABOBO**

**Tutor:**

Profesora Dinoska Tovar Zerpa

Aceptado en la Universidad de Carabobo  
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales  
Escuela de Relaciones Industriales  
Por: Profesora Dinoska Tovar Zerpa

C.I: V- 8.543.060

Bárbula mayo 2015.

## DEDICATORIA

A Dios por darme todo y ser el guía de mi vida y mi camino te amo Señor.

A mi mama Ana Sánchez, que mas que darme la vida también me ha dado la suya por completo sin condiciones, por ser la fuerza que siempre me levanta y ser el motor de mi vida, por darme el amor más grande e infinito, por apoyarme siempre y creer en mí, por nunca dejar que me rindiera y cargarme para caminar por mi cuando no podía, por esto y por todo mamita hermosa esta meta no es solo mía es nuestra lo logramos te amo.

A mi papa José Carrillo por siempre estar ahí y ser un pilar en nuestra familia te amo.

A el amor de mi vida, mi esposo Edgar Zabala por tener toda la paciencia y tolerancia que el amor requiere, por compartir conmigo las angustias y las alegrías en este camino y por saber que siempre estas ahí para mí y que cuento incondicionalmente contigo, por eso y muchísimo mas te amo mi amor.

A mis hermanitos Jarg y Yajaira, por ser un apoyo para mi, por siempre tener una palabra de aliento, por su amor, y siempre encontrar la manera de hacerme reír y ver la vida de otra manera los amo y adoro.

A mi Ami Mirian, por ser la amiga, la confidente, la compinche y la cómplice de tantas cosas, con quien he reído y he llorado durante estos años hacia la meta, ha sido duro y lo sabemos, pero gracias amiga por ser la mejor y hoy juntas poder decir lo logramos.

A todos ustedes gracias

Yessica Carrillo

## DEDICATORIA

Solo para aquel que me conoce sabe que para mi esta es la parte más difícil de este proceso, que no termino como lo imagine, pero aun así, mi logro está dedicado:

- A mi mejor amigo, el hombre que mas me Amo...Mi Papá, este logro sabe agriodulce sin ti...Cruzaré pronto la meta de llegada y aunque no estés al otro lado para esperarme este logro será siempre para ti...Te Amo Papi y Te Extraño cada día de mi Vida.
- A mi compañera de guerra... Mi Mamá, eres la mujer que más admiro en la vida, hemos combatido cada batalla juntas y aun seguimos en pie, gracias por regalarme de tu fuerza y determinación, gracias a ti este logro es posible...Te Amo Mamá.
- A mi Gordo... Mi Hermano, aunque menor me has enseñado grandes cosas, quiero con esto demostrarte que cumplir tus metas son la satisfacción más grande que podrás tener, quiero seguir guiándote, quiero seguir siendo un ejemplo para ti, gracias por ser motivación fundamental en todo esto... Te Amo Hermano.
- A mi compañero de vida...Mi Novio, 6 años juntos, en los que has compartido conmigo los mejores y peores momentos de mi vida, gracias por cada vez que me levantaste, me secaste mis lagrimas y me hiciste reír...gracias por estar siempre aquí...Te Amo Mi Amor.
- A mi Amiga... Yessica, quien dirían que Matemática I podría generar una amistad como esta? Amiga, solo nosotras podemos contar esta historia riendo y llorando al mismo tiempo. Lo logramos...Juntas...Gracias.
- A DIOS... por escucharme cada noche donde pensé que no podía más, y compensarme con la fuerza para seguir... Por regalarme tan Especiales personas a las que hoy dedico estas líneas.

De Ustedes y Para ustedes Mi Logro...Gracias Totales! Mirian Osechas.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por darme vida y salud, y llevarme por el camino que hoy me trajo aquí, porque con Dios todo sin el nada.

A la Universidad de Carabobo y a los profesores de la Escuela de Relaciones Industriales que hicieron parte de mi formación profesional.

A todos ellos muchas gracias

Yessica Carrillo

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco de todo corazón a la Universidad de Carabobo, por suministrar en mí las bases como profesional, por enseñarme que se debe luchar por lo que se quiere.

A mis profesores, todos aquellos profesores que de alguna u otra manera quedaran en mi por siempre.

Les agradezco a todos por regalarme una experiencia que jamás olvidare.

Mirian Osechas



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



**ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL  
SECTOR SERVICIOS EN UNA EMPRESA ADMINISTRADORA DE  
FRANQUICIAS DEL ESTADO CARABOBO**

**Autores:** Carrillo, Yessica y Osechas, Mirian

**Tutor:** Lcda. Dinoska Tovar Zerpa

**Fecha:** Julio, 2015

**RESUMEN**

La presente investigación está orientada a diseñar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial a una Empresa Administradora de Franquicia del Estado Carabobo, por la carencia de programas que estén alineados a su planificación estratégica: misión, visión y valores propios para conectar su cooperación con el entorno social de su área geográfica. Partiendo de la teoría de Fernández quien afirma que no existen empresas exitosas en comunidades deterioradas, lo cual fue principal enfoque para abordar la problemática planteada. La metodología de la investigación es de tipo descriptiva, de campo, utilizando la revisión documental y de fuentes bibliográficas. Se desarrolló la recolección de datos y de información a través de instrumento DERES: (Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial IRSE2014), compuesto por tres cuestionarios que se aplicaron a los tres segmentos de la pirámide ocupacional de la empresa objeto de estudio, dando así una totalidad de población de diecinueve (19) trabajadores. La aplicación del instrumento arrojó un análisis la situación actual de la empresa, se evidenció que en la organización objeto de estudio, carece de estrategias, misión, visión, valores, ausencia de sistemas de comunicación efectiva, programas de desarrollo y formación del talento humano y el disfrute de los beneficios internos y externos que se pueden obtener al convertirse en una organización socialmente responsable, como lo es ofrecer un valor agregado intangible al estar en armonía con su entorno social con base a la teoría desarrollada, referente a la responsabilidad social. Finalmente desarrollado lo antes descrito se ofrecerá estrategias que pueden ser desarrolladas dentro de la Empresa, a fin de dar comienzo a su proceso de ser una Organización Socialmente Responsable.

**Palabra clave:** Estrategias Responsabilidad Social Empresarial



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



**STRATEGIES OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE  
SERVICE SECTOR IN A FRANCHISE COMPANY MANAGER OF  
Carabobo**

**Authors:** Carrillo, Yessica and Osechas, Mirian

**Tutor:** Lcda. Dinoska Tovar Zerpa

**Date:** Jul, 2015

**ABSTRACT**

This research is aimed at designing strategies for corporate social responsibility to a management company Franchise Carabobo State, by the lack of programs that are aligned to their strategic planning: mission, vision and values to connect its cooperation with the social environment their geographic area. Based on the theory of Fernandez, who said that no successful companies in damaged communities, which was the main approach to addressing the issues raised. The research methodology is descriptive, field, using documentary sources and bibliographic review. Data collection and information developed through DERES instrument (CSR indicators IRSE2014), composed of three questionnaires that were applied to the three segments of the occupational pyramid company under study, thus giving a whole Population of nineteen (19) workers. The application of the instrument throw an analysis the current situation of the company, it was evident that the organization under study, no strategies, mission, vision, values, lack of effective communication systems, software development and training of human talent and the enjoyment of the internal and external benefits to be gained by becoming a socially responsible organization, as is offering a Agreed intangible value to be in harmony with their social environment based on the theory developed concerning social responsibility. Finally developed as described above strategies can be developed within the company, to kick off the process of being a Socially Responsible

**Keywords:** Corporate Social Responsibility Strategies

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria	<b>iv</b>
Agradecimiento	<b>vi</b>
Resumen	<b>viii</b>
Formato de Postulación Tutorial	
Veredicto	
Formato Cambio de Titulo	
Índice de Cuadros	<b>xii</b>
Índice de Tablas	<b>xiii</b>
Índice de Graficas/Figuras	<b>xviii</b>
Introducción	<b>23</b>
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	
Planteamiento del Problema	<b>25</b>
Objetivos de la Investigación	<b>29</b>
Justificación	<b>30</b>
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO REFERENCIAL</b>	

Antecedentes	32
Bases Teóricas	39
Bases Legales	60
Definición de Términos Básicos	67
<b>CAPÍTULO III</b>	
<b>MARCO METODOLOGICO</b>	
Tipo de Investigación	69
Estrategia Metodológica	70
Población y Muestra	75
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	76
Técnicas de Análisis de Datos	79
<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS</b>	
Presentación de los Resultados	80
<b>Conclusiones</b>	<b>147</b>
Recomendaciones	149
Lista de Referencias	154
Anexos	159

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro N°</b>	<b>Pág.</b>
Cuadro 1. Variables internas y externas consideradas por el balance social para la Empresa Venezolana	<b>57</b>
Cuadro 2. Indicadores de Memoria de Sostenibilidad	<b>58</b>
Cuadro 3. Cuadro Técnico Metodológico 1er Objetivo	<b>71</b>
Cuadro 3. Cuadro Técnico Metodológico 2do Objetivo	<b>72</b>
Cuadro 3. Cuadro Técnico Metodológico 3er Objetivo	<b>73</b>
Cuadro 3. Cuadro Técnico Metodológico 4to Objetivo	<b>74</b>
Cuadro 4. Distribución de Personal Empresa Objeto de Estudio	<b>75</b>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla</b>	<b>Pág.</b>
Tabla 1. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 1 del cuestionario 1 de 3	<b>81</b>
Tabla 2. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 2 del cuestionario 1 de 3	<b>82</b>
Tabla 3. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 3 del cuestionario 1 de 3	<b>83</b>
Tabla 4. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 4 del cuestionario 1 de 3	<b>54</b>
Tabla 5. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 5 del cuestionario 1 de 3	<b>85</b>
Tabla 6. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 6 del cuestionario 1 de 3	<b>86</b>
Tabla 7. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 7 del cuestionario 1 de 3	<b>87</b>
Tabla 8. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 8 del cuestionario 1 de 3	<b>88</b>
Tabla 9. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 9 del cuestionario 1 de 3	<b>89</b>
Tabla 10. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 10 del cuestionario 1 de 3	<b>90</b>

Tabla 11. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 11 del cuestionario 1 de 3	<b>91</b>
Tabla 12. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 12 del cuestionario 2 de 3	<b>93</b>
Tabla 13. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 13 del cuestionario 2 de 3	<b>95</b>
Tabla 14. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 14 del cuestionario 2 de 3	<b>96</b>
Tabla 15. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 15 del cuestionario 2 de 3	<b>98</b>
Tabla 16. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 16 del cuestionario 2 de 3	<b>100</b>
Tabla 17. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 17 del cuestionario 2 de 3	<b>102</b>
Tabla 18. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 18 del cuestionario 2 de 3	<b>103</b>
Tabla 19. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 19 del cuestionario 2 de 3	<b>105</b>
Tabla 20. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 20 del cuestionario 2 de 3	<b>106</b>
Tabla 21. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 21 del cuestionario 2 de 3	<b>107</b>

Tabla 22. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 22 del cuestionario 2 de 3	<b>108</b>
Tabla 23. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 23 del cuestionario 2 de 3	<b>109</b>
Tabla 24. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 24 del cuestionario 2 de 3	<b>110</b>
Tabla 25. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 25 del cuestionario 2 de 3	<b>111</b>
Tabla 26. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 26 del cuestionario 3 de 3	<b>113</b>
Tabla 27. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 27 del cuestionario 3 de 3	<b>114</b>
Tabla 28. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 28 del cuestionario 3 de 3	<b>116</b>
Tabla 29. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 29 del cuestionario 3 de 3	<b>117</b>
Tabla 30. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 30 del cuestionario 3 de 3	<b>119</b>
Tabla 31. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 31 del cuestionario 3 de 3	<b>121</b>
Tabla 32. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 32 del cuestionario 3 de 3	<b>123</b>

Tabla 33. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 33 del cuestionario 3 de 3	<b>124</b>
Tabla 34. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 34 del cuestionario 3 de 3	<b>125</b>
Tabla 35. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 35 del cuestionario 3 de 3	<b>126</b>
Tabla 36. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 36 del cuestionario 3 de 3	<b>127</b>
Tabla 37. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 37 del cuestionario 3 de 3	<b>128</b>
Tabla 38. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 38 del cuestionario 3 de 3	<b>129</b>
Tabla 39. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 32 del cuestionario 3 de 3	<b>130</b>
Tabla 40. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 40 del cuestionario 3 de 3	<b>131</b>
Tabla 41. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 41 del cuestionario 3 de 3	<b>132</b>
Tabla 42. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 42 del cuestionario 3 de 3	<b>133</b>
Tabla 43. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 43 del cuestionario 3 de 3	<b>134</b>

Tabla 44. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 44 del cuestionario 3 de 3	<b>135</b>
Tabla 45. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 45 del cuestionario 3 de 3	<b>135</b>
Tabla 46. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 46 del cuestionario 3 de 3	<b>137</b>
Tabla 47. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 47 del cuestionario 3 de 3	<b>138</b>
Tabla 48. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 48 del cuestionario 3 de 3	<b>139</b>
Tabla 49. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 49 del cuestionario 3 de 3	<b>140</b>
Tabla 50. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 50 del cuestionario 3 de 3	<b>141</b>
Tabla 51. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 51 del cuestionario 3 de 3	<b>142</b>
Tabla 52. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 52 del cuestionario 3 de 3	<b>143</b>
Tabla 53. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 53 del cuestionario 3 de 3	<b>144</b>
Tabla 54. Distribución de frecuencia de respuestas de la pregunta N° 54 del cuestionario 3 de 3	<b>145</b>

## ÍNDICE DE GRAFICOS / FIGURAS

<b>Grafico N°</b>	<b>Pág.</b>
Grafico1. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°2 del cuestionario 1 de 3	<b>82</b>
Grafico 2. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°3 del cuestionario 1 de 3	<b>83</b>
Grafico 3. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°4 del cuestionario 1 de 3	<b>84</b>
Grafico 4. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°5 del cuestionario 1 de 3	<b>85</b>
Grafico 5. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°6 del cuestionario 1 de 3	<b>86</b>
Grafico 6. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°7 del cuestionario 1 de 3	<b>87</b>
Grafico 7. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°8 del cuestionario 1 de 3	<b>88</b>
Grafico 8. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°9 del cuestionario 1 de 3	<b>89</b>
Grafico 9. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°10 del cuestionario 1 de 3	<b>90</b>
Grafico 10. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°11 del cuestionario 1 de 3	<b>91</b>

Grafico 11. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°12 del cuestionario 2 de 3	<b>93</b>
Grafico 12. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°13 del cuestionario 2 de 3	<b>95</b>
Grafico 13. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°14 del cuestionario 2 de 3	<b>96</b>
Grafico 14. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°15 del cuestionario 2 de 3	<b>98</b>
Grafico 15. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°16 del cuestionario 2 de 3	<b>100</b>
Grafico 16. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°17 del cuestionario 2 de 3	<b>102</b>
Grafico 17. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°18 del cuestionario 2 de 3	<b>103</b>
Grafico 18. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°21 del cuestionario 2 de 3	<b>107</b>
Grafico 19. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°25 del cuestionario 3 de 3	<b>111</b>
Grafico 20. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°26 del cuestionario 3 de 3	<b>113</b>
Grafico 21. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°27 del cuestionario 3 de 3	<b>114</b>

Grafico 22. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°29 del cuestionario 3 de 3	<b>117</b>
Grafico23. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°30 del cuestionario 3 de 3	<b>119</b>
Grafico 24. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°36 del cuestionario 3 de 3	<b>127</b>
Grafico 25. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°39 del cuestionario 3 de 3	<b>130</b>
Grafico 26. Porcentajes obtenidos de la respuesta a la pregunta N°41 del cuestionario 3 de 3	<b>132</b>

## INTRODUCCION

En la actualidad las Empresas del mundo son apreciadas por sus trabajadores y clientes de diferente manera como lo hacían en el pasado, hoy en día la fuerza laboral y el entorno ven a las Empresas como generadoras de cambio, con la capacidad de actuar en base a beneficios personales pero también colectivos, dando más a quienes logran que las metas sean realizadas y a quienes se mantienen fiel como sus clientes.

A manera de este movimiento que se viene dando internacionalmente donde las Empresas quieren ser mas conscientes de sus actos, buscan impactar de manera positiva para sus colaboradores y la sociedad, dando origen a lo que denominamos Responsabilidad Social Empresarial.

Las Organizaciones no siempre están constituidas en las mejores bases para comenzar ese proceso, y aunque es una iniciativa maravillosa no puede iniciar de la noche a la mañana ya que es necesario estudiar a la Organización en su profundidad, a manera de saber cómo se encuentra a nivel de estructura, misión, visión, valores, la percepción de su talento humano, la percepción de los accionistas, para que de esta manera se logre trabajar mejor, definir lo que la Organización quiere lograr y de allí comenzar un plan de acción de Responsabilidad Social Empresarial sobre unas bases solidas.

El propósito de esta investigación fue brindarle a la Empresa Administradora de Franquicia del Estado Carabobo, las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que pueden aplicar en ella, enfocándose primeramente en los actores internos (talento humano) para de esta manera generar un impacto positivo para la gestión del negocio y del personal, y así

darle camino abierto para que logren expandir su gestión como Empresa Socialmente Responsable.

En el Capítulo I, se determina el planteamiento del problema señalando los objetivos generales y específicos, a fin de lograr el desarrollo de los objetivos planteados; destacando a través de la justificación la escogencia del tema.

En Capítulo II, se presenta el marco teórico, que describe los antecedentes relacionados a indicadores de gestión, de igual forma, mediante la revisión bibliográfica y documental se presentan las bases teóricas que sustentan la presente investigación, fundamentación legal que soportan el tema y por último se definen los términos y conceptos básicos utilizados durante la investigación.

El Capítulo III, comprende el marco metodológico, el cual incluye el tipo de investigación, la estrategia metodológica, la población y muestra a utilizar, así como las técnicas de recolección de datos y el análisis de la información.

En el Capítulo IV, se elabora el análisis y la interpretación de los resultados arrojados por medio de los tres cuestionarios aplicados, los cuales permitirán llegar a las conclusiones y recomendaciones que posteriormente serán el valor agregado en la Empresa objeto de estudio dentro de sus planes estratégicos en materia de Responsabilidad Social I Empresarial.

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

#### Planteamiento del problema

En los últimos años el tema de la Responsabilidad Social Empresarial ha tomado gran importancia internacionalmente hablando, de la misma forma ha originado fuertes debates y discusiones en su conquista e intervención, por su declarada dificultad para conducir su concepto a la práctica de la realidad empresarial, ya que esta incide directamente con la imagen que se muestra a la sociedad de la empresa, arriesgando evidentemente su reputación dentro del sector o mercado donde esta se desenvuelve. Cada día es más claro el crecimiento de las exigencias sociales sobre el papel desempeñado por las organizaciones y la contundencia de las actividades que desarrollen en la sociedad y en el ambiente.

Asimismo, darle una nueva dirección a la forma de las relaciones de trabajo, rompiendo tradiciones y abriéndole paso al cambio organizacional basado principalmente en el establecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, convirtiendo a la organización en un mecanismo generador de desarrollo económico, ético y socialmente responsable, sin que esto signifique dar prioridad a la utilidad por encima de aspectos de importancia social.

Según la Comisión Europea (2001:12). La Responsabilidad Social Empresarial “...es la *integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores*”...

Actualmente las empresas no pueden ser solamente instituciones dedicadas a la producción y venta de servicios con la única finalidad de obtener ganancias, sino que deben ser un actor participativo y dependiente, que nutra a su entorno en la búsqueda del bienestar colectivo, ofreciendo y brindando servicios solidarios a la comunidad.

Por consiguiente, la ética empresarial que se generara con la creación de lineamientos de Responsabilidad Social Empresarial, harán que la utilidad constituya una redistribución justa del capital para la contribución al desarrollo de la sociedad y del entorno empresarial, remunerando equitativamente el trabajo. La Responsabilidad Social Empresarial originara compromiso por parte de las empresas para promover y fomentar los derechos de las personas, el crecimiento de la sociedad y el cuidado del medio ambiente, con la participación mancomunada de todos los miembros de la organización para lograr el máximo desempeño, cumpliendo con los basamentos legales correspondientes; ya sea en ámbitos Globales, Nacionales y Regionales según sea el caso.

Cabe mencionar que a nivel mundial actualmente las empresas se encuentran evaluando y considerando todos los beneficios y mejoras individuales y colectivas que les proporciona el hecho de ser socialmente responsables, ya que este tipo de compromiso adquirido genera valores intrínsecos y ventajas competitivas evidentes en las diferentes organizaciones líderes de los distintos sectores, adoptando según (Dixon,2003) una perspectiva sistémica del ambiente en sus dimensiones natural, social y económica, resulta indudable que apremia la incorporación de argumentos ecológicos y sociales a la planificación económica del desarrollo.

Dentro de este orden de ideas y según (Vives y Peinado, 2011) la Responsabilidad Social Empresarial es una práctica difundida en toda América Latina, donde diversos países como por ejemplo Brasil, Chile, El Salvador, Estados Unidos, México y Perú han creado alianzas estratégicas para dar paso a la creación de redes que sean medios para unir esfuerzos, compartir experiencias y discutir mejoras para consolidar las propuestas realizadas.

De allí que en Venezuela empieza a hablarse del tema de Responsabilidad Social Empresarial en la década de los noventa, pero no es sino a partir del año 2000 cuando empieza a ser considerada como un instrumento o estrategia administrativa para consolidarse en empresas de renombre como PDVSA, CANTV, Procter & Gamble, Alfonzo Rivas, Empresas Polar, Colgate entre otras, y gracias a la Cámara Venezolana de Comercio e Industrias Venamcham quienes crearon una institución a la que le dieron por nombre Alianza Social, que como principal misión tenía promover e incentivar la Responsabilidad Social Empresarial en el sector privado, quien a la perspectiva de (Guedez, 2010) la Responsabilidad Social Empresarial es una estrategia necesaria para generar mejoras a la calidad de vida de aquellos que sean participe en esta.

Así, también es necesario señalar que la Responsabilidad social Empresarial fundamental de las empresas viene dada por el cumplimiento de su objeto social. El cumplimiento de este además de responsable exige un total apego a las leyes vigentes y que la actividad de la empresa este en los parámetros de calidad, costos razonables accesibles al público y con valores exigentes como ética y transparencia.

Si bien es cierto que en la práctica la Responsabilidad social Empresarial, es una forma de dirigir estratégicamente una organización de índole Nacional o Internacional, es necesario replantearse a donde se quiere llegar y que se busca conseguir, ya que esto no puede estar separado de las actividades principales de la empresa. Para de esta manera dar cumplimiento a la normativa no solo porque sea requerido por la sociedad sino también porque le garantizara una base de estabilidad y éxito a largo plazo.

Ahora bien, en este contexto, específicamente en el Estado Carabobo, en el sector empresarial de servicio, se encuentra una pequeñas Empresa con poco tiempo de fundada, la cual presta servicio a franquicias internacionales, llevando todo lo que respecte a la administración de recursos, esta Empresa que no ha tomado en cuenta las ventajas que pueden conseguir al convertirse en una Empresa Socialmente Responsable, como pueden ser incremento de su economía, el desarrollo de la confianza y el sentido de pertenencia por parte de los trabajadores, mejora de la imagen corporativa.

Esto pudiese usarse como estrategia o herramienta para el desarrollo organizacional, apoyando de ese modo a (Garcia, 2007) quien enfoca que aquellas Organizaciones que establezcan un plan de Responsabilidad Social Empresarial tendrán por añadidura un desarrollo sostenible, ya que la Organización automáticamente se convierte en un motor generador de cambios, estos cambios dentro de esta pequeña Empresa objeto de estudio se verán desatado en una reacción en cadena desde lo más general, a lo mas particular, creando consigo beneficios tanto para la Empresa, los trabajadores y su entorno.

En este mismo orden de ideas, las investigadoras de manera empírica evidenciaron la necesidad que presenta la Organización objeto de estudio en

poner en práctica estrategias de Responsabilidad Social, en pro de generar un impacto positivo en la misma.

Por todo lo expresado anteriormente, se genera las siguientes expectativas con el desarrollo de esta investigación:

¿Son las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial un plan estratégico de mejora continua para fomentar un ambiente social armónico con su entorno?

¿Es la Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa administradora de franquicias del estado Carabobo un valor agregado importante, que permite mejorar las relaciones del negocio y sus relacionados (trabajadores, clientes, proveedores y comunidad en general)?

### **Objetivo general**

- Diseñar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en una empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del Estado Carabobo a fin de generar un impacto positivo en la gestión del negocio.

### **Objetivos específicos**

- Describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que aplica la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.
- Analizar la percepción de los accionistas hacia la Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.
- Identificar la percepción de los trabajadores hacia la Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.
- Elaborar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, para la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.

### **Justificación de la Investigación**

Se considera que la importancia de esta investigación, se reflejara claramente si se parte del principio de que la Responsabilidad Social Empresarial se ha convertido nacional e internacionalmente a través de los años en una prioridad para las organizaciones, ya que por medio de ella, las empresas alcanzan un éxito social, generando así alianzas y convenios para el diseño de mecanismos y estrategias que propicien mejoras y beneficios individuales y colectivos.

Venezuela no escapa de la realidad de la posición ocupada por la Responsabilidad Social Empresarial, por ello deberá asumirse de lleno una actitud de conciencia total, participación y compromiso para dar cumplimiento a las exigencias del entorno con miras de generar en él un impacto positivo, que incluya tanto a los actores externos como a los internos, sean trabajadores, proveedores o clientes, así como también a las comunidades; en donde se desarrollaran y canalizaran valores que ayuden a la sociedad de manera intencional y consciente.

En esta investigación, se busca realizar un estudio profundo de los componentes del proceso de Responsabilidad Social Empresarial, para ubicar en el contexto actual a la organización dentro de este aspecto, para poder realizar las sugerencias pertinentes que permitan dar mejoras a la gestión de las empresas Administradoras de franquicias.

En el sector empresarial de servicio, empresas como Administradoras de franquicias con poco tiempo de fundadas, no se han percatado de las ventajas de convertirse en socialmente responsables en lo que se refiere a el ambiente, su economía, el desarrollo de la confianza y el sentido de pertenencia por parte de los trabajadores, esto pudiese usarse como estrategia o herramienta para el desarrollo organizacional, siendo motor generador de cambios en la sociedad con modelos sencillos pero de alto impacto interno y externo mejoramiento de la imagen de la empresa y acceso a nuevos mercados.

Los resultados que se esperan obtener permitirán la aplicación de esta investigación no solo en la organización de estudio sino a todas las empresas que deseen y decidan tomar conciencia para comprometerse a lograr el desarrollo organizacional con un complemento social.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

En la búsqueda de información para el desarrollo de la presente investigación y a efecto de brindar soporte, se han tomado en cuenta diversos estudios para precisar aspectos teóricos que permitan una mejor apreciación en torno al tema que ocupa lo concerniente a la responsabilidad social empresarial y que merecen ser destacados.

#### **Antecedentes de la Investigación**

González y Herrera (2010), en el Trabajo de grado presentado para optar por el título de Licenciados en Relaciones Industriales realizado en la Universidad de Carabobo Facultad de Ciencias Económicas y Sociales FACES que lleva por título “***Estrategias de responsabilidad social empresarial aplicadas en una empresa del sector financiero privado a fin de identificar fortalezas y debilidades que genera en la calidad de vida laboral***” los autores tomaron en cuenta diversas informaciones a precisar que permitieron una mejor apreciación de la Responsabilidad Social a nivel de calidad de vida laboral dentro de una empresa del sector financiero privado. La investigación referida utiliza como instrumento de investigación el manual de DERES (Desarrollo Social, Uruguay), fue de tipo descriptiva de campo, con apoyo documental, donde los datos obtenidos fueron recolectados de forma directa de la empresa objeto de estudio. El instrumento utilizado fue un cuestionario basado en una escala de tipo Lickert y una serie de preguntas cerradas basadas en los indicadores del instituto Ethos, como lo son: valores, transparencia y gobierno corporativo,

público interno, medio ambiente y comunidad. Arrojando como conclusión que la empresa a pesar de tener claramente establecidas políticas inclinadas al bienestar de todos los trabajadores y trabajadoras en el lugar de trabajo no tiene optimización en sus procesos que permita evidenciar la influencia de sus actividades orientadas a aceptar sugerencias y acciones que puedan mejorar cada uno de sus métodos en cuanto a la aplicación de prácticas de responsabilidad social, recomendando la conformación de una unidad multidisciplinaria que promueva la involucración de los grupos de interés en las estrategias que permita alinear a la empresa hacia una verdadera responsabilidad social.

Dicha investigación se vincula con la presente propuesta ya que consideraron diversas informaciones a precisar que le permitieron una mejor apreciación de la Responsabilidad Social a nivel de calidad de vida laboral dentro de una empresa del sector financiero privado, en ella también se plantean estrategias y aplicación de instrumentos metodológicos enfocados al alcance de conocer las condiciones actuales de la organización.

Así mismo, Gómez, Lorven y Velazco (2010) quienes presentaron un Trabajo de Grado que lleva por título ***“Análisis de los programas de responsabilidad social empresarial para los trabajadores de una empresa de distribución de productos, maquinarias y equipos para la agricultura. Caso Cagua. Estado – Aragua”***, llevado a cabo en la Universidad de Carabobo, para optar por el título de Licenciado en Relaciones Industriales. En esta investigación se planteó realizar un análisis de los programas de Responsabilidad Social Empresarial utilizadas en una empresa dedicada a la distribución de productos, maquinarias y equipos para la agricultura, con la finalidad de determinar la percepción de los trabajadores con respecto a estos programas y promocionar las mejores estrategias para

lograr una mayor identificación de los empleados con los valores trabajados en la empresa. Para tal motivo se utilizó un modelo de investigación descriptivo de campo. La muestra estuvo conformada por el área administrativa se aplicó el instrumento a 40 empleados seleccionados de manera aleatoria, con escala tipo Likert, el mismo fue validado a través de la consulta de 3 expertos para verificar su pertinencia con los objetivos planteados, así mismo, se aplicó una entrevista semi estructurada al área de gerencia, su análisis fue hecho a través de un registro anecdótico. Se concluyó que a pesar de que la empresa cumple de manera eficiente con sus programas de Responsabilidad Social Empresarial en el área externa, no ocurre lo mismo con la interna o con el personal que labora dentro de ella, esto según la percepción de los mismos, haciendo necesario crear nuevas estrategias dirigidas a incrementar el nivel de satisfacción de los trabajadores.

Estos investigadores pudieron concluir que el programa de Responsabilidad Social Empresaria le permitió determinar la percepción de los trabajadores con respecto a estos programas y promocionar las mejores estrategias para lograr una mayor identificación de los empleados con los valores trabajados en la empresa, la vinculación de este trabajo de grado con la investigación que se presentara viene dada ya que se enfocaron es aspectos relevantes orientadas a la creación de nuevas estrategias dirigidas a incrementar el nivel de satisfacción de los trabajadores.

Castillo, E. (2012) en su Proyecto de Trabajo de Grado Presentado para Optar al Título de Magister en Administración de Empresas Mención Finanzas en la Universidad de Carabobo titulado ***“Diseño de un instrumento de evaluación de responsabilidad social empresarial***

***adaptado a los laboratorios de bioanálisis en Venezuela***” Se puntualiza la existencia de diversas perspectivas referentes a las obligaciones que deben cumplir las organizaciones con su entorno, el mismo ha brindado las condiciones necesarias para alcanzar su sostenimiento. En éste contexto el investigador encuentra cabida en el término de Responsabilidad Social Empresarial, el cual implica para las organizaciones llevar a cabo acciones más allá de las impuestas por el marco legal, reconociendo e integrando en las estrategias planteadas, los problemas de índole social y ambiental. Cabe destacar que dicha visión no resulta ajena a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), pues desde comienzos del nuevo milenio diversas iniciativas mundiales han promovido la implementación de prácticas responsables en tan importante sector empresarial.

Por tanto, el objetivo general de la investigación consistió en diseñar un instrumento que permita a la pequeña empresa del sector salud, específicamente los Laboratorios de Bioanálisis, evaluar su gestión social y responsable con respecto al entorno en general. Este estudio se fundamentó en los enfoques de Responsabilidad Social Empresarial y también en las prácticas responsables que según la teoría deben realizar las PYMES. La metodología empleada está enmarcada en la modalidad Proyecto Factible, sustentada en una investigación documental y de campo, lo que permitió a través del análisis conjunto, elaborar un Instrumento de Evaluación de Responsabilidad Social Empresarial adaptado a Laboratorios de Bioanálisis en Venezuela.

Dicha investigación se vincula con la presente propuesta, en el aspecto de que ambas tratan acerca de un estudio que se fundamentó en los enfoques de Responsabilidad Social Empresarial y también en las prácticas responsables de igual manera se puntualiza la existencia de diversas

perspectivas referentes a las obligaciones que deben cumplir las organizaciones con su entorno.

Rodríguez y Rondón (2012) En su Trabajo de Grado, para optar por el título de Licenciado en Contaduría, el cual lleva por título "**Propuesta de Estrategias de Inversión Social para el Cumplimiento de los Principios de la Responsabilidad Social Empresarial caso: Federal Mogul de Venezuela, C.A**" El mismo fue desarrollado en una modalidad de Proyecto Factible, en un trabajo de campo de carácter descriptivo, este presenta una investigación en pro de diseñar estrategias de inversión social para el cumplimiento de los principios de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de la Organización Federal Mogul de Venezuela C.A. en donde reside en todo momento la esencia de la ética y la responsabilidad con la sociedad, a manera de controlar su acción en el campo de la responsabilidad social.

Esta investigación antes mencionada tuvo como conclusión que la perspectiva que se presenta en la Organización es un déficit de conocimientos y cumplimientos de los principios de Responsabilidad Social Empresarial por lo tanto se sustenta el desarrollo de dichas estrategias de inversión social, que aliente a La Organización Federal Mogul de Venezuela a ser socialmente responsable con sus trabajadores, la comunidad y el medio ambiente.

Aunado a esto, esta propuesta le da valor agregado a la presente investigación, ya que la misma se asemeja en las problemáticas que presenta la Organización objeto de estudio, en la cual se busca afianzar la importancia de ser socialmente responsable, tanto con los actores internos como los externos.

Castillo (2012) de la Universidad de Carabobo realizó un estudio investigativo titulado “ **La Gestión de los Recursos Humanos y su Rol Protagonístico en el Desempeño y Responsabilidad Social de la Empresa CVA Azúcar, S.A**” Fue desarrollada metodológicamente como una investigación de campo descriptiva no experimental, estableciendo como objetivo general analizar desde la gestión de los recursos humanos el rol protagonista en el desempeño y responsabilidad social que tiene la empresa Corporación Venezolana Agrícola Azúcar, S.A. dicha Empresa se encuentra en la rama de la administración pública, es por esto que la misma está regida por cierta normativa legal venezolana y al efecto la operatividad de la misma debe presentir a través de la gestión de recursos humanos los elementos de la coordinación social, de las relaciones y vinculación entre el Estado, el mercado y la sociedad civil, que todo en conjunto crea la Responsabilidad Social Empresarial.

El vínculo del estudio antes referido con esta investigación deriva del aporte de las conclusiones que obtuvo en este, se denotó indiscutibles debilidades sobre el conocimiento la participación y difusión de la cultura organizacional entre los actores internos, lo que finalmente no beneficia la motivación y el compromiso de estos con la cultura corporativa, lo cual lleva indiscutiblemente a no poder cumplir con la efectividad necesaria responsabilidad social empresarial.

Galea, Giran y Uribe (2013) presentaron un Trabajo de Grado que llevó por título; “**Programa de responsabilidad social empresarial. Caso: empresa de telecomunicaciones, región centro Venezuela**” para optar al título de Licenciados en Relaciones Industriales. La presente investigación fue orientada en describir el Programa de Responsabilidad Social

Empresarial Interno, en una empresa de Telecomunicaciones, ubicada en la región Centro-Venezuela, y buscar mejoras y adaptarlas a las necesidades de la empresa y su gente; la misma se enmarco en un estudio descriptivo de campo, los instrumentos aplicados fueron la entrevista semi-estructurada aplicada al Gerente General y el cuestionario aplicado a los trabajadores. La población estuvo conformada por 141 trabajadores, que conforma el capital humano que integran la empresa y el mencionado Gerente General, obteniendo como resultado un alto porcentaje de debilidad en la organización en cuanto a sus indicadores, reflejando así oportunidades de mejora en las distintas dimensiones involucradas en el presente trabajo. Se realizaron estudios de investigación sobre los Programas de Responsabilidad Social Empresarial, basados en sus teorías, indicadores, normas y leyes que permitan evaluar las interrogantes planteadas, así mismo permitir desarrollar y obtener resultados, recomendaciones y conclusiones.

El estudio citado se vincula a la investigación planteada por cuanto a su desarrollo están basados en un fin y propósito orientado a indagar sobre los Programas de Responsabilidad Social Empresarial, basándonos en sus teorías, indicadores, normas y leyes que permitan inferir en aspectos de importancia para los investigadores.

## **Bases teóricas**

### **Responsabilidad**

Se define la responsabilidad como el cumplimiento de las obligaciones, o la precaución en la toma de decisiones sea cual sea su índole o alcance; también se define la responsabilidad como el hecho de ser responsable de alguien o de algo, de igual manera se maneja, de la misma forma, para referirse a la obligación de responder ante un hecho.

### **Responsabilidad Social**

La Responsabilidad Social es la teoría ética o ideológica que una entidad ya sea un gobierno, corporación, organización o individuo tiene una responsabilidad hacia la sociedad. Esta responsabilidad puede ser “negativa”, significando que hay responsabilidad de abstenerse de actuar (actitud de “abstención”) o puede ser “positiva”, significando que hay una responsabilidad de actuar. La evolución del concepto de Responsabilidad Social ha abierto camino para generar lo que hoy en día se conoce como Responsabilidad Social Empresarial, siendo la dimensión social la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial.

Razón a ello, el tema de la Responsabilidad Social Empresarial se considera un recurso estratégico para la sobre vivencia de las organizaciones públicas y privadas, convirtiéndose la práctica de la justicia en una cuestión rentable, siendo la mejor política económica aquella que produce mejores beneficios sociales. Según, Méndez (2004), “...ser responsable no solo es inventar un programa sino mantenerlo”. Igualmente

agrega: “no se trata de un acto de caridad sino de un compromiso que comienza con los empleados y que se extiende a socios comerciales, proveedores, consumidores y las ONG (Organizaciones No Gubernamentales)”.

Fundación Pro humana (2006), opina que la Responsabilidad Social es “contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida de toda la comunidad”.

### **La Responsabilidad Social según (ISO 26000, 2010)**

Es la Responsabilidad de una organización por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética que contribuya con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad; tome en cuenta las expectativas de las partes interesadas (stakeholders), cumpla con las leyes y sea compatible con las normas internacionales de conducta, sea integrada en la totalidad de la organización y puesta en práctica en todas sus relaciones.

### **Responsabilidad Social Empresarial**

La responsabilidad social es una práctica que incentiva a las organizaciones a cumplir socialmente y de esta manera estarían aumentando así su capacidad de representación en la comunidad y en el mercado donde compite. Las empresas en estos últimos años se han visto en la necesidad

de comprometerse con la sociedad, con la finalidad de resaltar en un mercado cada vez más exigente, las empresas deben adquirir compromisos que van más allá de ofrecer productos de calidad, satisfaciendo así las necesidades de consumidores; surge así la idea de la Responsabilidad Social Empresarial la cual ha tenido una acelerada evolución en los últimos tiempos, ya que las empresas han tomado conciencia de la necesidad de adoptar una perspectiva más humana e inteligente con las personas y grupos que se relacionan con ellas.

López (2010), señala que la Responsabilidad Social empresarial no debe ser vista únicamente desde la perspectiva del marco legal, sino también debe tratarse como una dimensión ética, social y empresarial que a través de un estratégico sistema de gestión en el cual se involucran los actores de su entorno, renueve la imagen empresarial, apuntando al logro de su misión y visión beneficiando a su público interno y externo.

Así mismo es importante destacar que es la empresa en el contexto de Responsabilidad Social Empresarial donde nace el aporte e impulso hacia la aplicación de ésta. Por su parte concebir la igualdad como un punto de partida y llegada es sustento de sostenibilidad sin olvidar que la responsabilidad social interna contribuye notablemente al enriquecimiento intelectual y personal de los que laboran en ella.

Perdiguero y García (2005:40) afirma que la responsabilidad social empresarial “expresa una idea general de cooperación y la reivindicación del valor del diálogo así, como las visiones y soluciones con mayor capacidad de inclusión de todos los intereses, necesidades y expectativas presentes en la empresa”.

Las acciones que enmarcan el concepto de responsabilidad social empresarial va más allá de favorecer la confianza de los trabajadores, lo cual permitir aumentar el sentido de pertenencia y éste a su vez permite que se consolide la disposición del trabajo, se beneficia la calidad y con ello la satisfacción de los clientes, vista la empresa como una institución compleja con obligaciones hacia sus propietarios y accionistas y al conjunto de individuos que lo conforman involucrados y/o afectados por sus decisiones y actividades.

El Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas, (2001:7); declara: “la RSE es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y ambientales en las operaciones comerciales y sus relaciones con todos sus interlocutores”.

Siguiendo con el mismo orden de ideas la Responsabilidad Social Empresarial según Wagenberg (2006), ha sido foco de atención en el mundo en los últimos diez años, debido a esto las empresas distinguen la Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia de gestión, la cual les condesciende a generar valor al realizar acciones positivas en pro a otros. Evidentemente estas acciones positivas traen a cambio beneficios para la Empresa, como lo son una mejor imagen para los clientes y proveedores, sostenibilidad a largo plazo, acceso a mercados éticos y retención de capital humano.

La Responsabilidad Social Empresarial según la Comunidad Económica Europea citada en VenAmCham (2007) es “la integración voluntaria por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y del medio ambiente en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores

accionistas, proveedores, clientes, trabajadores, administraciones y comunidades locales”.

Por otro lado, Cardozo (2003), Considera que la Responsabilidad Social Empresarial es “el conjunto de acciones que las empresas privadas realizan para mejorar las condiciones de vida, más allá de aquellas estrictamente obligatorias por ley”

En el mismo orden de ideas, la red Fórum Empresa (2006), la entiende como “una nueva forma de hacer negocios, en la que la empresa gestiona sus operaciones en forma sostenible en lo económico, social y ambiental, reconociendo los intereses de distintos públicos con los que se relaciona, como los accionistas, los empleados, la comunidad, los proveedores, los clientes, considerando el medio ambiente y el desarrollo sostenible de las generaciones futuras”.

Otra definición interesante sobre la Responsabilidad Social Empresarial la aporta World business council for sustainable development, citado en Veamcham (2007) como “el compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”.

El centro mexicano para la filantropía (2006), define que Responsabilidad Social Empresarial es el “compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno, como en lo

externo, considerando las expectativas de todos sus participantes en lo económico, social o humano y ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades y el medio ambiente, para la construcción del bien común”.

Según las citas puntualizadas anteriormente, es notable la diversidad de definiciones y términos sobre Responsabilidad Social Empresarial, lo cual no es extraño ya que esto se debe a el cambio de expectativas que tiene la sociedad sobre el sector privado, por lo tanto en la última década a medida que avanza la sociedad y sus exigencias esto traerá como consecuencia cambios en lo que refiere a la Responsabilidad Social Empresarial como definición.

Entonces, según lo antes expuesto, la diversidad de definiciones sobre el tema de Responsabilidad Social Empresarial crea discrepancia sobre lo que puntualmente la sociedad espera de las Empresas. En cuatro países Europeos se realizó una investigación comparativa, en estos cuatro países se encontró diferentes factores sociales, políticos y ambientales influyen los cuales influenciaron cada desarrollo de un plan de Responsabilidad Social Empresarial, esto concluye que lo que constituye una buena práctica de responsabilidad social empresarial en un país o entorno, no necesariamente puede ser considerado igual en otro país, por lo tanto, la Responsabilidad Social Empresarial no puede ser tomada como un procedimiento genérico a implementar en cualquier Empresa, este va amarrado a los factores internos y externos en el que la misma se encuentre.

Frente a esta tendencia es importante que el sector privado busque redefinir el concepto de "éxito", fomentando para ello prácticas socialmente responsables por un lado, el compromiso con un conjunto de valores como la solidaridad y la equidad y por otra parte también como una herramienta poderosa para el desarrollo de proyectos del sector privado en armonía con las sociedad y organizaciones sociales de una región.

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

Las Organizaciones hoy en día, son tomadas como el principal actor del desarrollo, es por esto que se hace aún más imprescindible que los encargados de una Organización, llámense directiva o presidencia, está en una obligación moral de trabajar por crear conciencia, y aunado a esto gestionar prácticas de acción social altamente responsables, y a su vez crear una cultura de responsabilidades compartida.

Debido a los cambios indetenibles y concurrentes que están aconteciendo en el entorno Nacional e Internacional, conllevan a la creación e implementación de novedosas y exigentes responsabilidades sociales en diferentes ámbitos, como lo son la política, la economía y la tecnológica, que vinculen y beneficien a los diferentes actores, tanto los internos como los externos.

Tomando en cuenta lo antes descrito, se hace notoria la importancia y el poder que las Organizaciones tienen hoy en día, poder que les genera a su vez importantes responsabilidades frente a su entorno, el cual es definitivamente constantemente en cambios y a su vez se hacen aún más exigentes.

Siguiendo entonces con este mismo orden de ideas, la Responsabilidad Social Empresarial debe ser vista como importante su implementación en las Organizaciones, estas deben estar dispuestas a sus responsabilidades, lo cual implica responder por sus decisiones ante sus clientes principales, sus trabajadores, la comunidad en donde se encuentran y el medio ambiente; esto indudablemente traerá consigo una notoria aceptación de parte de todos los factores antes mencionados, lo aún más importante, la satisfacción de ser Socialmente Responsable. Para cerrar Drucker (2004:86), señaló “no hay empresas exitosas en comunidades deterioradas”.

### **Impacto de la Responsabilidad Social Empresarial**

**Caravedo (2004,12)**, define la Responsabilidad Social Empresarial como una

Filosofía corporativa que adopta la alta dirección de la empresa para actuar en beneficio de sus trabajadores, sus familias y el entorno social en las zonas de influencia de las empresas. Además, es una perspectiva que no se limita a satisfacer al consumidor, sino que se preocupa por el bienestar de la comunidad con la que se involucra.

En sintonía con la antes citado, se entiende que una Organización Socialmente Responsable será la cual se preocupe y ocupe en que su producto final contribuya al bienestar de la sociedad, de los trabajadores que en ella laboran y del medio ambiente.

La Responsabilidad Social en una Organización si es bien aplicada, crea un alto impacto positivo en ella, deja sentencia que se ocupa de su comportamiento, y de cómo lo observa la sociedad, las Organizaciones que logran alcanzar esto van más allá del estricto cumplimiento de cualquier normativa que presida el tema, realiza la gestión pensada en la gente, en los

beneficios de reconocimiento de marca y en la oportunidad de calar tanto en la sociedad hasta casi ser irremplazable en ella dado al impacto positivo que se logra

### **Niveles de la Responsabilidad Social Empresarial**

En este sentido, la responsabilidad concierne a la totalidad de las relaciones de las empresas con los grupos participantes y podría desplegarse en cuatro (4) niveles esenciales, según Perdiguero y García (2005:19) estos niveles son:

- La responsabilidad en las relaciones con los trabajadores y sobre la organización y la calidad del trabajo.
- El segundo nivel pueden situarse las responsabilidades que afectan la calidad, seguridad y utilidad social de los productos y servicios.
- La implicación comunitaria constituye este tercer nivel de la responsabilidad en el que, junto a la contribución de la empresa en el desarrollo social; deben incluirse los necesarios compromisos empresariales con la creación y el mantenimiento de los empleos, así como el respeto a la legislación sobre la actividad económica.
- Finalmente la actitud responsable, de honestidad, alcance extraordinario, pues en el caso de las empresas se exige a los gestores responsabilidad sobre el impacto económico, social y ambiental de sus decisiones y una actitud congruente con valores y sensibilidades de los ciudadanos.

Asimismo, la Responsabilidad Social está orientada a la satisfacción de necesidades internas y externas basadas en un conjunto de niveles de responsabilidad por parte de una empresa:

- Responsabilidades Básicas: aquellas que dimanarían de la mera existencia de la empresa dentro de la sociedad, por lo que la empresa debe exigir el cumplimiento de esas normas por parte de la sociedad. (Ej. Niveles de contaminación atmosférica).
- Responsabilidades Organizacionales: son aquellas que se originan por las relaciones de la empresa que se ven afectadas por el funcionamiento de sus actividades. (Ej. Control de calidad)
- Responsabilidades Sociales: es cuando las empresas se relacionan con las fuerzas sociales, buscando mantener el desarrollo del entorno por parte de la empresa. (Ej. La lucha contra la contaminación en general)

De acuerdo a esta perspectiva, Cortina (2002:36) estima que la Responsabilidad Social de la empresa “es una visión y filosofía empresarial que sostienen que ésta puede y debe jugar un rol más allá de hacer utilidades o ganancias”. Es también una conciencia de lo que las empresas producen tiene impactos directos e indirectos dentro y fuera de la compañía.

Las responsabilidades antes mencionadas, comprenden los principales niveles de la Responsabilidad Social Empresarial, donde se tiene como prioridad que la empresa, exige el cumplimiento de las normas a la sociedad

donde se encuentre, pasando por las responsabilidades organizacionales, las cuales son aquellas que se ven afectadas por el proceso productivo o funcionamiento de la organización y por último las sociales.

### **Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial**

La responsabilidad social no solo arroja beneficios a la empresa dirigidos al medio ambiente, recursos naturales y sociales, también aporta una buena imagen haciendo valer aún más su competitividad, crea vínculos con sus clientes y fortalece e incrementa sus ventas, sin embargo no se puede olvidar que las empresas también evolucionan y sus políticas y prácticas a donde va dirigido su responsabilidad social representa para la empresa una inversión que repercute en beneficios financieros.

En este mismo orden de ideas, se puede afianzar que la Responsabilidad Social Empresarial es una herramienta muy eficaz para la mejora del modelo productivo porque unifica criterios de eficiencia, sostenibilidad y prosperidad con el valor de la diversidad, la igualdad de oportunidades, el respeto, la tolerancia y la convivencia.

La Responsabilidad Social Empresarial constituye una oportunidad de mejorar los beneficios de las empresas, imprescindible para construir una sociedad más justa y eficiente. Numerosos estudios han demostrado que las empresas que avanzan en políticas de Responsabilidad Social Empresarial logran que sus empleados mejoren sus condiciones laborales y aumenten su productividad, lo que repercute directa y positivamente en sus cuentas de resultados.

Por su parte, Fernández (2009:256) señala que la responsabilidad social genera diversos beneficios a nivel externo así como a nivel interno. Beneficios de la responsabilidad social empresarial a nivel externo:

- Posicionamiento y diferenciación de marca.
- Incremento de notoriedad.
- Captación de nuevos clientes.
- Fidelización de clientes.
- Mejora de imagen de marca.
- Mejora de imagen corporativa.
- Mejora de relación con el entorno (nuevas estrategias de comunicación, atracción de medios, etc.)
- Incremento de la influencia de la empresa en la sociedad.
- Mejora de las relaciones con sindicatos y administración pública.
- Descuentos publicitarios.
- Apoyo al lanzamiento de nuevos productos.
- Acceso a líderes de opinión que influyen en la decisión de compra de los consumidores.
- Acceso a nuevos segmentos del mercado.

La aplicación de los principios fundamentales de la práctica de responsabilidad social se presenta envuelta de una serie de atribuciones que le permite a empresarios estar conscientes de la magnitud de las consecuencias generadas y guiadas al fortalecimiento de la empresa ante una sociedad exigente, de esta manera se ve reflejado los aportes importantes que implica la acción empresarial en el medio donde se desenvuelve.

Beneficios de la responsabilidad social empresarial a nivel interno:

- Fidelidad y compromiso de los trabajadores.
- Mejora del clima laboral, redundado en la mejora de productividad y calidad.
- Mejora de la comunicación interna.
- Fomento de una determinada cultura corporativa.
- Realización de ensayos para el desarrollo de innovadoras estrategias comerciales.
- Obtención de desgravaciones fiscales.
- Proporcionar valor añadido a los accionistas.

La Responsabilidad Social en el lugar de trabajo corresponde a políticas establecida por la empresa que impacta positivamente en la vida del empleado y profesional, temas como compensación, beneficios, desarrollo humano y profesional, diversidad de género y raza, bienestar y salud, son ciertas de las estrategias determinadas por la empresa según políticas que inciden en el compromiso interno se ve reflejado en el empeño y perduración por mantener un buen clima de bienestar a los actores de la empresa involucrados

Se puede sustentar en relación al desarrollo de la investigación que la responsabilidad social Empresarial no es una cultura de la caridad, no se busca que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables. Se considera que las empresas deben adoptar una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones hacia la sociedad.

## **Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial**

Un aspecto resaltante a considerar es que cuando se habla de Responsabilidad Social Empresarial esta necesariamente debería estar implícita en lo que respecta a la misión, visión y valores de la Empresa, ya que estas anteriores son el norte de la estrategia corporativa.

Las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial se realizan primeramente concientizando las líneas de acción necesarias para identificar y atender las expectativas y necesidades de los actores, a su vez es indispensable anticipar los posibles acontecimientos, de esta manera ir siempre un paso más adelante. Es importante resaltar, que todo depende de las realidades del entorno y de la capacidad organizacional que se tenga para seleccionar la estrategia o las estrategias que pueda asumir la empresa y que sean capaces de dar respuesta a esas realidades.

El resultado obtenido de unificar lo anteriormente explicado genera las necesidades, expectativas y capacidades de mayor impacto en la realidad que se encuentra la Empresa. Entonces, los signos de avance o de retroceso de la sociedad actual se explican en función de la atención o descuido que exista en materia de sustentabilidad, gobernabilidad y cooperación. Cada uno de estos elementos posee subsistemas propios de valores, que se integran, formando un amplio y coherente sistema general de valores.

Entonces, desde una perspectiva descriptiva, Guédez (2006: 102) considera que “la responsabilidad social empresarial es un conjunto de estrategias que permiten identificar, atender, anticipar y sobrepasar las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés internos y externos”.

## **Elementos Existentes una Orientación de Responsabilidad Social**

Compromiso de las Empresas: Referido a la responsabilidad o compromiso de las compañías de operar de tal forma que agregue valor a la sociedad.

Decisión Voluntaria: Aquí se resalta el enfoque de carácter exclusivamente voluntario de responsabilidad social empresarial, la cual no se encuentra regulada bajo ninguna ley específica.

Beneficios para la Sociedad y públicos de interés: Es la búsqueda del bienestar de las comunidades, clientes proveedores, empleados y familias como parte de la sociedad que debe beneficiarse de las operaciones de la compañía.

Desempeño Ambiental: Abarca la necesidad de la conciencia de la compañía en el empleo del cuidado del medio ambiente.

## **Instrumentos de Evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial**

El interés mundial en la Responsabilidad Social Empresarial ha impulsado el crecimiento sustancial de instrumentos que permiten evaluar y comunicar las acciones sociales emprendidas por las empresas, entre ellas se destacan El Balance Social y la Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI) como los más utilizados en éste contexto. Adicionalmente, existen estándares internacionales y principios, los cuales ratifican la Responsabilidad Social Empresarial y guían el comportamiento organizacional a nivel social y medioambiental, pero para efectos de la investigación no serán considerados.

- **Balance Social**

El Balance Social es una herramienta que mide de manera cuantitativa y cualitativa los actos de Responsabilidad Social efectuados por la empresa en un período determinado. Es un sistema de diagnóstico que integra los estudios analíticos que aportan información parcial sobre la situación social y económica de la empresa, incluyendo las condiciones de trabajo. Otra manera de definirlo sería como la recapitulación de una serie de datos que permiten apreciar la situación de la empresa en el dominio social.

Los indicadores que conforman este balance social, son útiles tanto como base de partida en la elaboración de un programa de prevención, como para su seguimiento y control. Los principios en que debería sustentarse la elaboración de un balance social son los siguientes:

1. Participación de los trabajadores: A fin de registrar datos correctos y certeros.
2. Sistema de valores: el balance social habría de registrar el sistema de valores salud, seguridad, justicia social, poder, autorrealización, entre otros contextos de la sociedad en el que se desenvuelve la Empresa.
3. Costes sociales: El balance social debería aportar información que permitiera:
  - Velar porque los recursos humanos sean gestionados con la misma atención y el mismo rigor que los recursos financieros.
  - Prevenir la infrautilización del potencial de experiencia, conocimiento, competencia y de innovación de la empresa.

- Detectar los costes sociales excesivos y, sobretudo, los costes ocultos de la empresa.
- Prevenir los riesgos sociales.

4. Garantizar la calidad de la información: Una empresa no puede estar gestionada y dirigida si no posee un sistema de información social satisfactorio. La eficacia de un sistema de información tiende al hecho de que los datos estén reagrupados de forma racional y que el acceso a la información se efectúe con facilidad. Características que debería reunir, un balance social.

Elementos del balance social Tomando como base de nuestra propuesta los diferentes tipos existentes, se plantea un modelo de balance social que permita el análisis pormenorizado de los diferentes aspectos que determinan los temas clave del contexto social en el que se ubican las empresas. Tales temas clave, tanto por su propia entidad, que permite un tratamiento individual de los mismos, como por su carácter globalizador del citado contexto social, pueden ser clasificados de la siguiente forma:

- Empleo.
  - Remuneraciones.
  - Salud laboral.
  - Organización del trabajo.
  - Desarrollo de los recursos humanos.
  - Medio ambiente.
  - Programa de acción social. Ver Cuadro 1
- 
- **Memorias de Sostenibilidad del Global Reporting Initiative (GRI)**

La Guía para la realización de Memorias de Sostenibilidad es una herramienta creada por la Global Reporting Initiative en 1997, para orientar a las empresas en la evaluación de su desempeño social, económico, y ambiental. La memoria presenta 50 indicadores de desempeño centrales y 47 adicionales, que a fin de cuentas ponen en manifiesto la situación actual y relación entre la organización y sus Stakeholders. Estos indicadores, que son en definitiva medidas de actuación, pueden ser cualitativos o cuantitativos.

Preparar un informe exigido por el GRI, requiere que una empresa haga uso de todos los indicadores centrales o dar razones de por qué no lo hace. Los indicadores son amplios y cubren asuntos tales como el impacto económico, el consumo de recursos naturales, el impacto sobre la biodiversidad, la educación y el trabajo infantil., entre otros.

La elaboración de una memoria de sostenibilidad comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible. Ver Cuadro 2

Las memorias se pueden utilizar para los siguientes propósitos:

- Estudio comparativo y valoración del desempeño en materia de sostenibilidad con respecto a leyes, normas, códigos, pautas de desempeño e iniciativas voluntarias
- Demostración de cómo una organización influye en y es influida por las expectativas creadas en materia de desarrollo sostenible
- Comparación del desempeño de una organización y entre distintas organizaciones a lo largo del tiempo.

**Cuadro 1 Variables Internas y Externas consideradas por el Balance Social para la Empresa Venezolana.**

	<b>VARIABLES</b>	<b>CATEGORIAS</b>
<b>DIMENSIÓN INTERNA</b>	<b>1. Caracterización Socio-Demográfica</b>	Género, Edad, Edo. Civil, nivel Educativo
		Ubicación Domiciliaria, Carga Familiar
	<b>2. Relaciones laborales</b>	Remuneración
		Movimientos de Personal
		Negociación y Manejo de Conflictos laborales
	<b>3. Desarrollo Personal</b>	Promoción y Ascenso
		Capacitación y Adiestramiento
	<b>4. Programas sociales Internos</b>	Educación Formal (Trabajadores)
		Alimentación
		Transporte
		Vivienda
		Deporte y Cultura
		Planes Vacacionales Y Recreación
		Educación Formal (Hijos de Trabajadores)
		Capacitación Familiares de Trabajadores
		Atención al Preescolar
Programas de Jubilación		
<b>5. Salud</b>	Higiene Ocupacional	
	Seguridad Industrial	
<b>6. Información y Participación</b>	Información	
	Participación	
<b>DIMENSIÓN EXTERNA</b>	<b>7. Calidad y Servicios</b>	Garantía de Calidad
		Servicios de Soporte
	<b>8. Relaciones Interinstitucionales</b>	Convenios
		Medios de Comunicación Social
		Afiliación Gremial
	<b>9. Inversión Social dirigida a la Comunidad</b>	Programas Sociales
		Voluntariado
		Donaciones
	<b>10. Medio Ambiente</b>	Organización Interna de la Empresa
		Cumplimiento de Leyes y Normas
Programas Ambientales		
Ayuda Técnica y Económica		

Fuente: Fundación Escuela de Gerencia Social, 2004.

**Cuadro 2 Indicadores que deben considerarse en la Memoria de Sostenibilidad**

	<b>CATEGORÍA</b>	<b>ASPECTO</b>
<b>Económicos</b>	Impactos económicos directos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clientes</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Empleados</li> <li>• Inversores</li> <li>• Sector Público</li> </ul>
<b>Ambientales</b>	Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Materias Primas</li> <li>• Energía</li> <li>• Agua</li> <li>• Biodiversidad</li> <li>• Emisiones, vertidos y residuos</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Productos y servicios</li> <li>• Cumplimiento</li> <li>• Transporte</li> <li>• General</li> </ul>
<b>Sociales</b>	Prácticas laborales y trabajo digno	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleo</li> <li>• Relaciones empresa/trabajadores</li> <li>• Salud y seguridad</li> <li>• Formación y educación</li> <li>• Diversidad y oportunidad</li> </ul>
	Derechos humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategia y gestión</li> <li>• No discriminación</li> <li>• Libertad de asociación y negociación colectiva</li> <li>• Trabajo infantil</li> <li>• Trabajo forzoso y obligatorio</li> <li>• Medidas disciplinarias</li> <li>• Medidas de seguridad</li> <li>• Derechos de los indígenas</li> </ul>
	Sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corrupción</li> <li>• Contribuciones políticas</li> <li>• Competencia y precios</li> </ul>
	Responsabilidad de producto	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salud y seguridad del cliente</li> <li>• Productos y servicios</li> <li>• Publicidad</li> <li>• Respeto a la intimidad</li> </ul>

Fuente: *Global Reporting Initiative, 2004.*

## **Beneficios de los Instrumentos de Evaluación de Responsabilidad Social Empresarial**

La adopción de los instrumentos presentados, además de intentar satisfacer una demanda creciente relacionada a la difusión de prácticas responsables, también proveen beneficios para la empresa. A continuación se presentan algunos:

- **Agrega valor a la empresa:** los instrumentos de Responsabilidad Social Empresarial son cada vez más valorados por los inversionistas y consumidores en el mundo. Por lo tanto su uso puede generar activos intangibles como reputación y mejora de la imagen corporativa.
- **Mejora las relaciones con los grupos de interés:** la empresa que realiza el esfuerzo por publicar y hacer transparentes sus acciones y decisiones está más capacitada para construir lazos de confianza con sus grupos de interés. Los instrumentos demuestran la iniciativa de la empresa por responder a los intereses de todos sus públicos objetivos.
- **Reduce costos producto de crisis:** en un mundo globalizado, en el cual las informaciones sobre las empresas circulan permanentemente en los mercados internacionales, una conducta ética y transparente debe incorporarse a la estrategia de cualquier organización moderna. Además, la comunicación fortalece los puentes de confianza entre las empresas y sus Stakeholders, reduciendo paralelamente los riesgos de un conflicto.

- Disminuye el riesgo de publicidad adversa: las empresas que dan cuenta de sus acciones, están mejor preparadas para guiar los intereses de sus consumidores y de otros Stakeholders; de esta forma se evitan percepciones negativas de la empresa.
- Identificación de potenciales conflictos: el esfuerzo por compilar toda la información requerida en un reporte social puede ayudar a identificar prácticas o situaciones que pudiesen comprometer a la compañía. Esta pronta detección de conflictos latentes, da la oportunidad a la empresa de resolver el problema antes de que éstos terminen en costosas demandas legales o en una negativa exposición pública.
- Mejora la efectividad organizacional: el balance social es un instrumento moderno de gestión y una valiosa herramienta para estructurar, medir y divulgar el ejercicio de la responsabilidad social en sus diversos escenarios. Por ejemplo, un reporte social y medioambiental brinda a la compañía la oportunidad de reunir y apreciar más claramente la información sobre sus operaciones y los impactos de las mismas.

### **Bases Legales**

La Responsabilidad Social en una Empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, también es necesario recalcar que es una decisión voluntaria, no impuesta, sin embargo existen leyes en Venezuela que establecen ciertos aspectos que deben tomarse en cuenta al momento de realizar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.

Es necesario tomar en cuenta que cualquier ley, normativa o políticas que sean establecidas por parte del Estado, inciden automáticamente en patrones de comportamiento en la sociedad, la Responsabilidad Social Empresarial debe adaptarse a la aplicación del amplio marco legislativo en todos los campos del derecho civil, laboral, penal, administrativo, y sus reglamentos específicos, los cuales son además de una responsabilidad legal, son una responsabilidad social.

Como enfoque principal está la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), dentro de esta máxima ley que rige a Venezuela se encuentran tres artículos fundamentales, que ayudan a sustentar la investigación.

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

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

Artículo 111. “Todas las personas tienen derecho al deporte y a la recreación como actividades que benefician la calidad de vida individual y

colectiva. El Estado asumirá el deporte y la recreación como política de educación y salud pública y garantizará los recursos para su promoción...”

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

Una vez citado los artículos 2, 111 y 135 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), es notable que Venezuela quiera ser Socialmente Responsable. Cuando hablamos de Responsabilidad Social Empresarial, no existe ningún artículo que establezca esta como deber, sin embargo, con la máxima legislación del país, las Organizaciones tiene puntos que los ayuda a enfocarse, y darle empuje a que se gestione unas estrategias de Responsabilidad Social apegado al Plan de la Nación.

### **Ley Orgánica del Trabajo, las trabajadoras y los trabajadores (2012).**

Ley de aplicación obligatoria, que pretende regir las situaciones y relaciones laborales entre los trabajadores y trabajadoras con los patrones y patronas derivadas del trabajo como hecho social, desarrolladas dentro del

territorio nacional y extranjero con ocasión del trabajo prestado o convenido en Venezuela.

Artículo 21. “Son contrarias a los principios de esta Ley las prácticas de discriminación. Se prohíbe toda distinción, exclusión, preferencia o restricción en el acceso y en las condiciones de trabajo, basadas en razones de raza, sexo, edad, estado civil, sindicalización, religión, opiniones políticas, nacionalidad, orientación sexual, personas con discapacidad u origen social, que menoscabe el derecho al trabajo por resultar contrarias a los postulados constitucionales. Los actos emanados de los infractores y de las infractoras serán írritos y penados de conformidad con las leyes que regulan la materia. No se considerarán discriminatorias las disposiciones especiales dictadas para proteger la maternidad, paternidad y la familia, ni las tendentes a la protección de los niños, niñas, adolescentes, personas adultas mayores y personas con discapacidad.”

En evidencia del artículo antes citado, la Ley Orgánica de los Trabajadores y Trabajadoras, busca la inclusión social, y deja claro que es deber del Patrono que este artículo se cumpla a cabalidad.

Si bien no establece la Responsabilidad Social como deber, deja ciertos puntos donde el patrono de cualquier Organización puede afianzarse, gestionar un plan que una a los actores internos y externos en un ambiente que propicie la integración, el respeto mutuo y la familia como elementos primordiales.

### **Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación**

La Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación fue promulgada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela No. 38.242 de fecha 3 de agosto de 2.005. De acuerdo con esta Ley (artículo 4), las acciones en materia de ciencia, tecnología e innovación y sus aplicaciones, estarán dirigidas a estimular la participación del sector privado, a través de mecanismos que permitan la inversión de recursos financieros para el desarrollo de las actividades científicas, tecnológicas, de innovación y sus aplicaciones.

Artículo 42. en su numeral 4 establece el aporte para la inversión en proyectos de innovación relacionados con las actividades de la empresa, que involucren la obtención de nuevos conocimientos o tecnologías en el país, con participación nacional en los derechos de propiedad intelectual, entre otras sustitución de materias primas o componentes para disminuir importaciones o dependencia tecnológica, creación de redes de cooperación con empresas nacionales, utilización de nuevas tecnologías para incrementar calidad productiva de las empresas, participación, investigación y desarrollo de las universidades y centros de investigación del país en la introducción de nuevos procesos tecnológicos, esquemas gerenciales y organizativos, obtención de nuevos productos o procedimientos, exploración de nuevos mercados y en general procesos de innovación en el ámbito de las actividades y fines de las empresas, con miras a mejorar su competitividad y calidad productiva, formación de talento humano en normativa, técnicas y procedimientos de calidad relativos a las empresas nacionales.

### **Ley Orgánica Contra el Tráfico Ilícito y el Consumo de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas**

Artículo 89 de esta ley (Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 38.337, Diciembre 12, 2005), establece que las donaciones de las personas naturales o jurídicas a favor de los planes y programas establecidos por el Estado, aprobados por el órgano desconcentrado en la materia, en la prevención de los delitos y el consumo ilícito de las sustancias a que se refiere esta Ley y de los programas de prevención para el abuso del alcohol y del tabaco y sus mezclas, como el chimó, serán deducibles del impuesto sobre la renta, previa comprobación mediante documento público. En orden de prioridades se dará preferencia a los programas destinados a la protección de niños, niñas y adolescentes. Igualmente serán imputables a esta partida las donaciones efectuadas a las fundaciones u organizaciones no gubernamentales que presenten programas y presupuestos concretos.

### **Ley del Deporte La Ley del Deporte**

(Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 4.937 (Extraordinaria), Julio 14, 1995), tiene por esencia establecer las directrices y bases del deporte como derecho social y como actividad esencial para la formación integral del hombre Esta ley declara de utilidad pública el fomento, la promoción, el desarrollo y la práctica del deporte, así como la construcción, dotación, mantenimiento y protección de la infraestructura deportiva nacional.

Artículo 69: El Ejecutivo Nacional promoverá el desarrollo de la industria deportiva a cuyo efecto, definirá políticas crediticias y de cualquier otro orden, necesarias para la consecución de estos fines. Asimismo, adoptará las medidas pertinentes para asegurar el suministro de los bienes destinados a la práctica del deporte, propondrá en un plazo no mayor de seis (6) meses, incentivos y exenciones fiscales que apoyen y fomenten la actividad

deportiva en todo su alcance, mediante la proposición de reformas a la Ley Orgánica de Impuesto Sobre la Renta, la Ley General del Impuesto a las Ventas, la Ley de Aranceles de Aduana y otras leyes que de una u otra forma representen cargas económicas directas a la actividad deportiva.

Adicional a las anteriores leyes, hoy en día las Organizaciones tienen una nueva herramienta que es la Norma ISO 26000 Guía sobre Responsabilidad Social, la misma es una norma especial dirigida únicamente a la Responsabilidad Social a la ISO 26000 creada en el año 2002, es importante recalcar que tiene como objetivo esencial establecer las pautas necesarias que permitan crear una certificación a nivel internacional en Responsabilidad Social.

## Definición de términos Básicos

- **Coste:** El coste indica la cantidad de dinero que una empresa dedica a la creación o producción de bienes o servicios. No incluye el margen de beneficio.
- **Estrategias:** Una estrategia es un plan que especifica una serie de pasos o de conceptos nucleares que tienen como fin la consecución de un determinado objetivo.
- **Gestión:** el conjunto de trámites que se llevan a cabo para resolver un asunto o concretar un proyecto.
- **Responsabilidad Social:** La responsabilidad social es la obligación que los miembros de una comunidad tienen para preservar las buenas condiciones de su alrededor. Este concepto se relaciona estrechamente con la ética y la moral, dado que, las decisiones que toman tanto los individuos como las sociedades o grupo en general tienen consecuencias sobre el resto y hay que desarrollar una conciencia de conjunto.
- **Responsabilidad Social Empresarial:** Es el fenómeno voluntario que busca conciliar el crecimiento y la competitividad, integrando al mismo tiempo el compromiso con el desarrollo social y la mejora del medio ambiente.

- **Responsabilidad:** Compromiso u obligación de tipo moral que surge de la posible equivocación cometida por un individuo en un asunto específico.
- **Stakeholder:** Es un término inglés utilizado por primera vez por R. E. Freeman en su obra: "*Strategic Management: A Stakeholder Approach*" (Pitman, 1984), para referirse a «*quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa*».

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

En este capítulo se pretende establecer la metodología de la investigación en la que se soporta el estudio, además se detalla la naturaleza de la investigación, las estrategias, métodos y procedimientos que serán utilizados para llevar a cabo un conjunto de pasos, técnicas y procedimientos que se emplean para formular y resolver el problema de estudio.

#### **Tipo de Investigación**

Según el propósito de la investigación, se puede señalar que el estudio se encuentra enmarcado como una investigación de tipo descriptivo, ya que la misma comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de los datos recopilados dentro de la investigación.

De igual manera, el estudio se apoyará en una investigación de campo, ya la misma se sustenta de la recolección de datos directamente de la realidad estudiada, donde son visibles y tangibles los hechos, donde las variables no pueden ser alteradas y se mantiene la condición existente del objeto de estudio sin modificación alguna.

La presente investigación se hizo en relación al tema de la responsabilidad social empresarial, para el mismo se utilizaron materiales provenientes de libros, revistas, periódicos, documentos públicos o privados o de otras fuentes para realizar una investigación documental, basadas en todas aquellas investigaciones y trabajos realizados, así como, datos divulgados a través de medios impresos y electrónicos, con la finalidad de obtener la

información necesaria para el desarrollo del tema de responsabilidad social empresarial.

### **Estrategia Metodológica**

Con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados en esta investigación, se procedió a elaborar un cuadro técnico metodológico que toma en cuenta los dos primeros objetivos específicos de la investigación que al ser llevados a su mínima expresión permitieran obtener dimensiones, indicadores e ítems, constituyendo los elementos medibles que sirvieron de base a la elaboración de los instrumentos de recolección de datos. A continuación se presenta el cuadro técnico metodológico.

**Cuadro 3**  
**Cuadro Técnico Metodológico**

<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b>	<b>DIMENSIÓN O FACTOR</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TECNICAS E INSTRUMENTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que aplica la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.</li> </ul>	Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial que aplica la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.	Son principios, los cuales ratifican la Responsabilidad Social Empresarial y guían el comportamiento organizacional a nivel social, cultural y medioambiental. De la Cuesta (2002)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Entorno</li> <li>2. Comportamiento Ético</li> <li>3. Misión, Visión, Valores</li> <li>4. Planificación Estratégica</li> </ol>	01 al 11	Trabajadores de la Empresa Objeto de Estudio	Encuesta (Cuestionario)

Carrillo Yessica, Osechas Mirian (2015)

**Cuadro 3**  
**Cuadro Técnico Metodológicos (Continuación)**

<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b>	<b>DIMENSIÓN O FACTOR</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TECNICAS E INSTRUMENTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar percepción de los accionistas hacia la Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.</li> </ul>	Percepción de los accionistas hacia la Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.	La percepción es la interpretación de esas sensaciones, dándoles significado y organización (Matlin y Foley 1996)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Comportamiento Socialmente Responsable</li> <li>2. Comportamiento Ético</li> <li>3. Toma de Decisiones</li> <li>4. Abuso de Poder</li> <li>5. Sostenibilidad de la Empresa</li> </ol>	01 al 14	Trabajadores de la Empresa Objeto de Estudio	Encuesta (Cuestionario)

Carrillo Yessica, Osechas Mirian (2015)

**Cuadro 3**  
**Cuadro Técnico Metodológicos (Continuación)**

<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b>	<b>DIMENSIÓN O FACTOR</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TECNICAS E INSTRUMENTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar percepción de los trabajadores hacia la Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.</li> </ul>	Percepción de los trabajadores hacia la Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.	La percepción es la interpretación de esas sensaciones, dándoles significado y organización (Matlin y Foley 1996)	<ol style="list-style-type: none"> <li>Discriminación</li> <li>Valores</li> <li>Comunicación</li> <li>Derechos y Deberes</li> <li>Cumplimiento del marco regulatorio</li> <li>Salud y Seguridad Ocupacional</li> <li>Estabilidad Laboral</li> <li>Capacitación y Desarrollo Profesional</li> <li>Satisfacción Laboral</li> <li>Beneficios Laborales</li> </ol>	01 al 29	Trabajadores de la Empresa Objeto de Estudio	Encuesta (Cuestionario)

Carrillo Yessica, Osechas Mirian (2015)

**Cuadro 3**

**Cuadro Técnico Metodológicos (Continuación)**

<b>OBJETIVO ESPECIFICO</b>	<b>DIMENSIÓN O FACTOR</b>	<b>DEFINICIÓN</b>	<b>INDICADORES</b>	<b>ÍTEMS</b>	<b>FUENTE</b>	<b>TECNICAS E INSTRUMENTOS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Elaborar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, para la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.</li> </ul>	Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, para la Empresa administradora de franquicias del municipio Valencia del estado Carabobo.	Determinación conjunta de objetivos de la empresa y de las líneas de acción para alcanzarlas (Alfred Chandler 1962)	1. Decisiones Empresariales	Pregunta 14 Cuestionario de Accionistas.	Trabajadores de la Empresa Objeto de Estudio	Encuesta (Cuestionario)

Carrillo Yessica, Osechas Mirian (2015)

## **Población y Muestra**

### **Población**

La presente investigación se encuentra conformada y delimitada por el personal que labora en la Empresa Administradora de Franquicias de Valencia, Edo. Carabobo, la cual está integrada por 19 trabajadores, los mismos serán agrupados por departamento en el cuadro que se presenta a continuación.

**Cuadro 4 Distribución de Personal de la Empresa Objeto de Estudio**

<b>DEPARTAMENTO</b>	<b>TRABAJADORES</b>
<b>Dpto. Finanzas</b>	<b>6</b>
<b>Dpto. Ventas</b>	<b>2</b>
<b>Dpto. Recursos Humanos</b>	<b>2</b>
<b>Dpto. Operaciones</b>	<b>3</b>
<b>Dpto. Publicidad y Mercadeo</b>	<b>1</b>
<b>Gerencia</b>	<b>5</b>
<b>TOTAL</b>	<b>19</b>

**Fuente:** Empresa Objeto de Estudio Febrero (2015)

### **Muestra**

Por tratarse de un número finito y manejable, no se trabajará con muestra en esta investigación, de esta manera se tomará en cuenta el total de la población. A este tipo de muestra se denomina censal, ya que disponibilidad y acceso se tomara toda la población como muestra. Sierra (2004).

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

En ocasión de la recolección de los datos, la técnica que se implementó fue la encuesta. Los cuestionarios a manejar fueron extraídos de una nueva propuesta de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial realizada por DERES y ACDE, en donde convocaron a las empresas a participar en la decima segunda edición del IRSE 2014 (Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial), a manera de poner en práctica esta herramienta de autoevaluación, la cual tiene como función principal para las Empresas que la apliquen, analizar sus avances en materia de Responsabilidad Social Empresarial, identificar oportunidades de mejora y formular objetivos de corto y mediano plazo.

La Organización Uruguaya DERES (Desarrollo de la Responsabilidad Social) nace en el año 1999, DERES es miembro del Fórum Empresa de CSR360 Global Partner Network, entre otras importantes asociaciones, DERES firmó el Pacto Global de las Naciones Unidas en el año 2010 y es integrante del Comité Espejo Nacional de la ISO 26000 en Responsabilidad Social.

La Responsabilidad Social Empresarial es definida por DERES como una visión de negocios que integra a la gestión de la empresa, el respeto por los valores y principios éticos, los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente. Principalmente DERES busca promover en las Empresas:

- Difundir los diferentes ámbitos de su actividad el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresaria.
- Desarrollar todas sus actividades éticamente y con integridad.

- Desarrollar políticas que impliquen un tratamiento justo y equitativo entre sus empleados.
- Promover instancias de capacitación para los empleados, que les permita mejorar sus condiciones de trabajo y aspiraciones personales.
- Permitir la pluralidad de pensamiento no discriminando a los trabajadores por su religión, raza, sexo, convicciones políticas y discapacidades.
- Cumplir con las obligaciones fiscales de seguridad social, laboral y todas aquellas establecidas por las leyes y regulaciones de nuestro país.
- Mantener una activa preocupación por el medio ambiente, desarrollando acciones que impliquen su protección y preservación.
- Contribuir al logro de un mejor desarrollo y calidad de vida de la comunidad en general y de los sectores más carecientes en particular.

En ocasión de lo antes establecido, se define por las investigadoras la implementación de esta herramienta otorgada por DERES, ya que la misma dará a conocer el estado de la Organización objeto de estudio, y los puntos de vista que se tiene desde los accionistas y los trabajadores para con la Organización en lo que a Responsabilidad Social Empresarial se refiere; una vez sea llena esta herramienta lograremos dar respuesta a los primeros tres objetivos específicos de la investigación, para luego proceder a realizar un plan de acción de acuerdo a los datos que obtendremos y orientar a la Organización a definir unas estrategias que lo lleven a alcanzar la meta de ser Socialmente Responsables

Finalmente, se aplicaran al total de la población un cuestionario, el cual contara con 11 preguntas, donde se definirá el estado en que se encuentra la

Organización objeto de estudio, las posibles respuestas de este cuestionario serán Si o No.

Acto seguido, a manera de conocer la percepción de los accionistas y los trabajadores sobre la Responsabilidad Social Empresarial en la Organización objeto de estudio, se realizaran dos cuestionarios, el de los accionistas constara de 14 preguntas y el de los trabajadores con 29, ambos cuestionarios están constituidos por preguntas diferentes, estos instrumentos antes mencionados, por deberse a preguntas con un poco mas de complejidad, tienen siete alternativas de respuestas las cuales son las siguientes:

**A** No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLÍTICA.

**B** Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLÍTICA que las incluya.

**C** Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLÍTICA sobre el tema.

**D** Tenemos una POLÍTICA y comenzamos a alinear las ACCIONES, para que sean consistentes con la misma.

**E** Tenemos una POLÍTICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES.

**F** Tenemos una POLÍTICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa.

**NA** No aplica.

Es importante destacar que este instrumento extraído de DERES no requiere de validación previa, ya que el mismo ha sido aplicado a diferentes Organizaciones a nivel mundial, en pro de mejorar su gestión y finalmente encaminarse a ser Organizaciones Socialmente Responsables

### **Técnicas de Análisis de Datos**

El análisis e interpretación de los datos permitió describir los valores obtenidos en los instrumentos aplicados. A manera de conseguir estos resultados se puso en práctica la estadística inferencial y la estadística descriptiva, con la finalidad de analizar los datos adquiridos y acto seguido emitir las conclusiones oportunas a la investigación.

En virtud de estudiar y analizar los datos arrojados por los instrumentos y para mejorar su interpretación, se realizaron cuadros donde se evidencia la frecuencia que se obtuvo en cada una de las posibles alternativas de respuesta y de esa manera hacer más cuantificable los resultados.

Una vez puesto en práctica lo anteriormente expuesto, se hace visible la situación global de la Organización en la interpretación de los datos, esto conlleva a tener un panorama claro y por lo tanto, lograr unas estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que se adapten a la Organización objeto de estudio y darle de esta manera respuesta a la problemática que se evidenció de manera empírica por las investigadoras, la cual fue destacada en el capítulo I de la presente investigación.

## **CAPÍTULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS**

El presente capítulo tiene como finalidad mostrar los resultados de la aplicación del instrumento de recolección de datos, donde el proyecto propone diseñar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa objeto de estudio, con la finalidad de generar un impacto positivo en la gestión del negocio a manera de lograr la realización de lo antes planteado. Fue tomada como muestra a la totalidad de los trabajadores que laboran en los distintos departamentos que conforman la Organización objeto de estudio, los cuales fueron anteriormente separados por departamento, dando una total de 19 trabajadores.

Los resultados se agruparon con el propósito de obtener una información confiable, los mismos serán mostrados de manera cuantitativa, utilizando tablas de frecuencia y gráficos de pastel, donde se especificaron las respuestas a cada una de las preguntas formuladas. Las interpretaciones de los resultados obtenidos fueron agrupadas finalizada cada encuesta aplicada. A continuación se presentan los resultados obtenidos.

**Ítem 1. Incluye referencias a la RSE en sus declaraciones de identidad (visión, misión y valores) Cuestionario 1 de 3**

**Tabla 1**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	0	0%
NO	19	100%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Como se observa en la tabla de frecuencia, 100% de los trabajadores señaló que no se incluye en las declaraciones de visión, misión y valores referencias de la RSE. Esto presenta una debilidad para la Empresa objeto de estudio debido a inexistencia de orientación para los trabajadores en relación a cuales son las metas que desean cumplir y su visión a futuro.

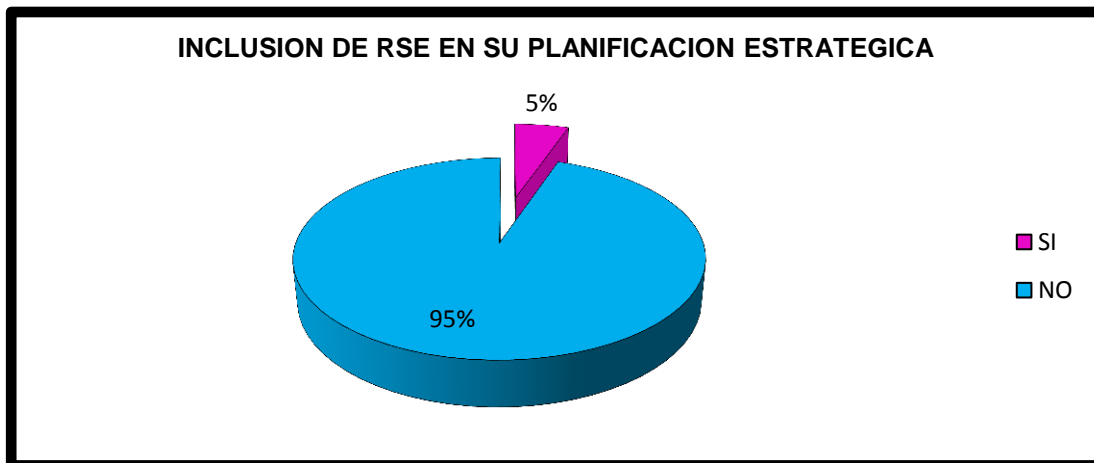
**Ítem 2. Incluye la RSE en su planificación Estratégica. Cuestionario 1 de 3**

**Tabla 2**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	1	5%
NO	18	95%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Gráfico 1**



Fuente: Datos aportados por la tabla 2 (2015)

**Análisis:** Según el gráfico 1, 95% de los trabajadores indicaron que no se incluye en su planificación estratégica la RSE y 5% de los trabajadores indicaron que sí se incluye, lo cual representa que la Empresa objeto de estudio no tiene ningún objetivo de Responsabilidad Social Empresarial dentro de su planificación estratégica.

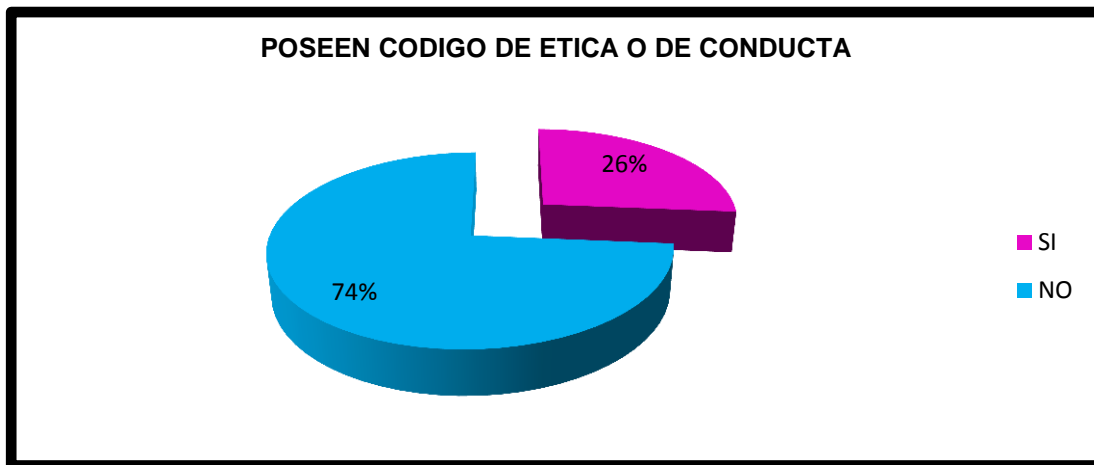
### Ítem 3. Tiene código de ética o de conducta. Cuestionario 1 de 3

Tabla 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	5	26%
NO	14	74%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

Grafico 2



Fuente: Datos aportados por la tabla 3 (2015)

**Análisis:** Por medio del gráfico 2 se observa que 74% de los trabajadores concuerdan en que no está incluida en su planificación estratégica la RSE, por otra parte 26% de los trabajadores expresó que sí. Estos resultados presentan la clara confusión que tienen los trabajadores, evidenciando que la Empresa no posee un código de ética lo cual fractura su visión de engranarse hacia unas estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.

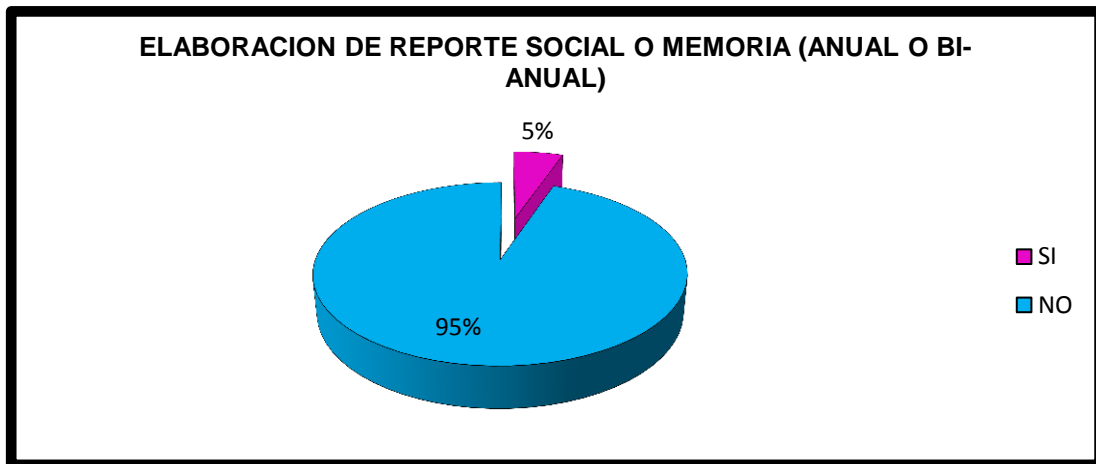
**Ítem 4. Elabora un reporte social o memoria (anual o bi-anual).**  
**Cuestionario 1 de 3**

**Tabla 4**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	1	5%
NO	18	95%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 3**



Fuente: Datos aportados por la tabla 4 (2015)

**Análisis:** 95% de los trabajadores indicó que no se incluye un reporte social o memoria en su planificación estratégica RSE y 5% de los trabajadores indicó que sí se incluye. Estos resultados comprueban que no existen o no han informado a sus trabajadores de la existencia del reporte social o memoria.

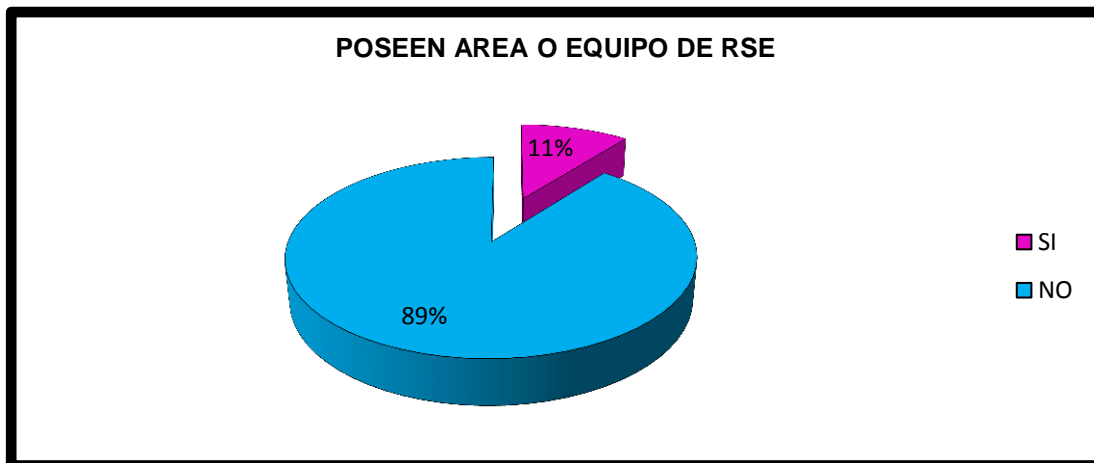
## Ítem 5. Tiene un área o equipo de RSE. Cuestionario 1 de 3

Tabla 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	2	11%
NO	17	89%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

Grafico 4



Fuente: Datos aportados por la tabla 5 (2015)

**Análisis:** Del 100% de los encuestados, 89% de los trabajadores reveló que la Empresa objeto de estudio no posee área o equipo de RSE, sin embargo 11% de los trabajadores mencionó que sí se existe un área o equipo de RSE dentro de la Empresa. Estos datos obtenidos reflejan que los trabajadores no han sido informados de manera veraz acerca de si cuentan o no con un área o equipo de RSE dentro de la Empresa.

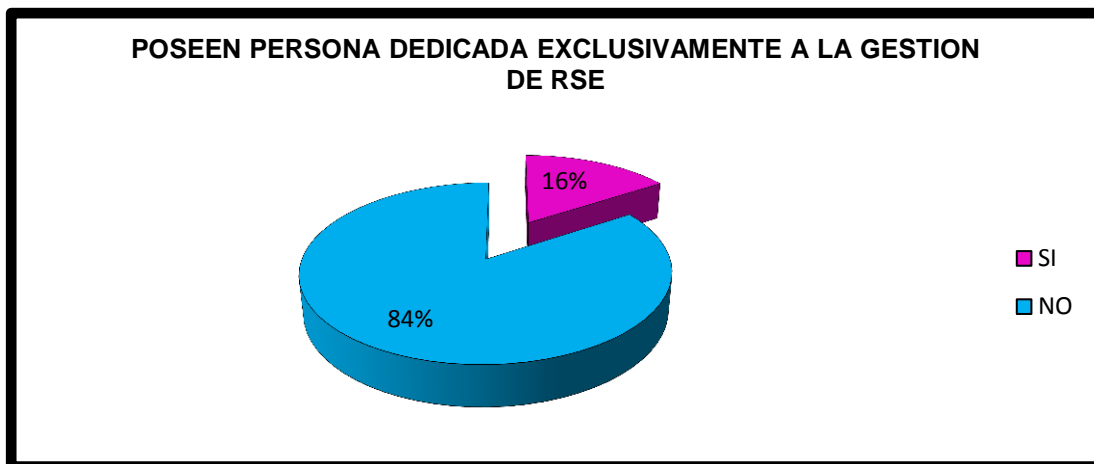
**Ítem 6. Tiene una persona dedicada exclusivamente a la gestión de la RSE. Cuestionario 1 de 3**

**Tabla 6**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	3	16%
NO	16	84%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 5**



Fuente: Datos aportados por la tabla 6 (2015)

**Análisis:** En el gráfico 5 se observa que 84% de los trabajadores indica que no existen personas dedicadas exclusivamente a la gestión de RSE y el otro 16% de los trabajadores indica que si existen personas dedicadas a la gestión de RSE. Los datos exponen que la Empresa no ha contratado personal dedicado a establecer estrategias de Responsabilidad Social Empresarial.

## Ítem 7. Involucra al equipo gerencial en los temas de RSE. Cuestionario

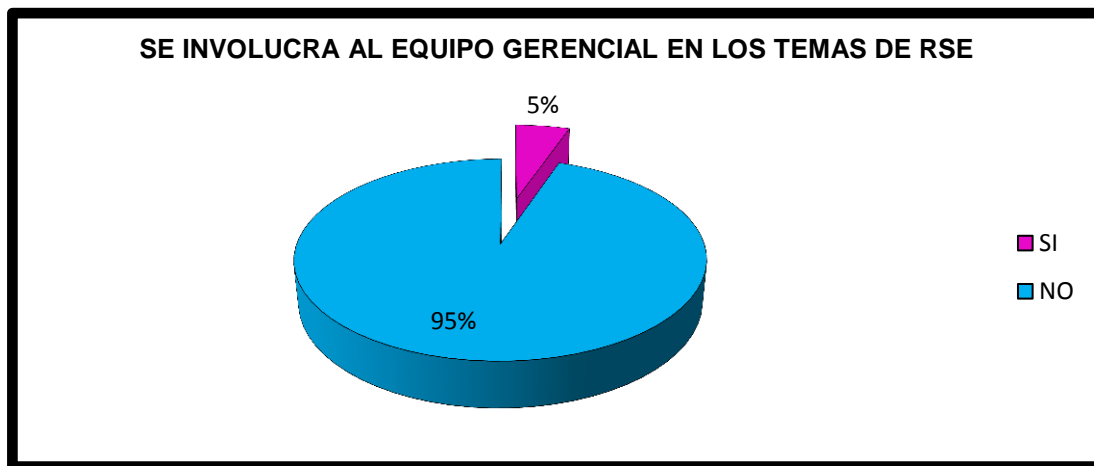
1 de 3

Tabla 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	1	5%
NO	18	95%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

Grafico 6



Fuente: Datos aportados por la tabla 7 (2015)

**Análisis:** En relación a los resultados obtenidos, 95% de los trabajadores considero que no se incluye al equipo gerencial en los temas de RSE, por otra parte 5% de los trabajadores expreso que si se toma en cuenta al equipo gerencial en los temas. Los datos demuestran que la gerencia no es tomada en cuenta en referente a los temas de Responsabilidad Social Empresarial.

**Ítem 8. Participa de alguna organización relacionada con la RSE (ACDE, DERES, Red del Pacto Global, Red de Empresas públicas que promueven la RSE entre otras). Cuestionario 1 de 3**

**Tabla 8**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	4	21%
NO	15	79%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 7**



Fuente: Datos aportados por la tabla 8 (2015)

**Análisis:** 79% de los trabajadores expreso que la Empresa no tiene participación con alguna Organización RSE, sin embargo 21% de los trabajadores indico que la Empresa participa con alguna Organización RSE. La Empres no se encuentra afiliada a ninguna Organización de Responsabilidad Social Empresarial.

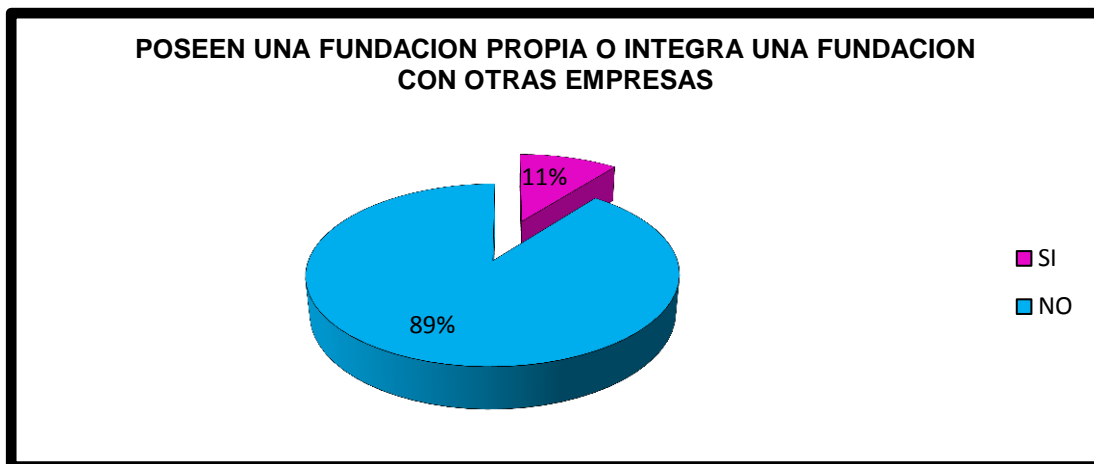
**Ítem 9. Tiene una fundación propia o integra una fundación con otras empresas. Cuestionario 1 de 3**

**Tabla 9**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	2	11%
NO	17	89%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 8**



Fuente: Datos aportados por la tabla 9 (2015)

**Análisis e Interpretación:** En relación a los datos obtenidos en la tabla 9, 89% de los trabajadores coincide en que la Empresa no posee una fundación propia o integra una fundación con otras empresas, sin embargo 11% de los trabajadores dice que sí. Estos datos demuestran que la Empresa no pertenece a ninguna fundación que realice acciones de Responsabilidad Social Empresarial.

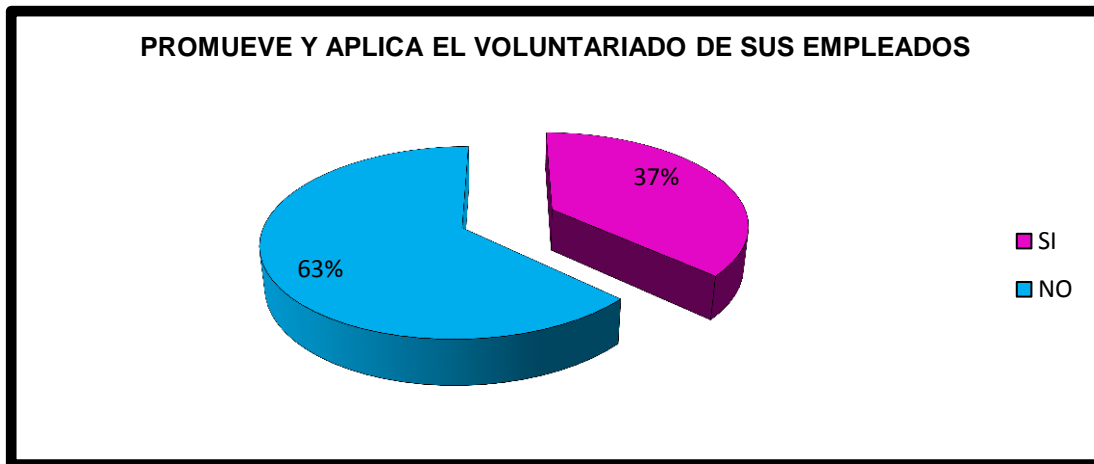
**Ítem 10. Promueve y aplica el voluntariado de sus empleados.**  
**Cuestionario 1 de 3**

**Tabla 10**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	7	37%
NO	12	63%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 9**



Fuente: Datos aportados por la tabla 10 (2015)

**Análisis:** Del 100% de los encuestados 63% de los trabajadores coincide en que la Empresa no promueve ni aplica el voluntariado, 37% de los trabajadores por su parte expresan que si se promueve. El voluntariado de los empleados para con la sociedad no es un tema que promueve la Empresa por lo tanto, tal como demuestran los datos, los trabajadores como individuos tampoco son Responsables Socialmente.

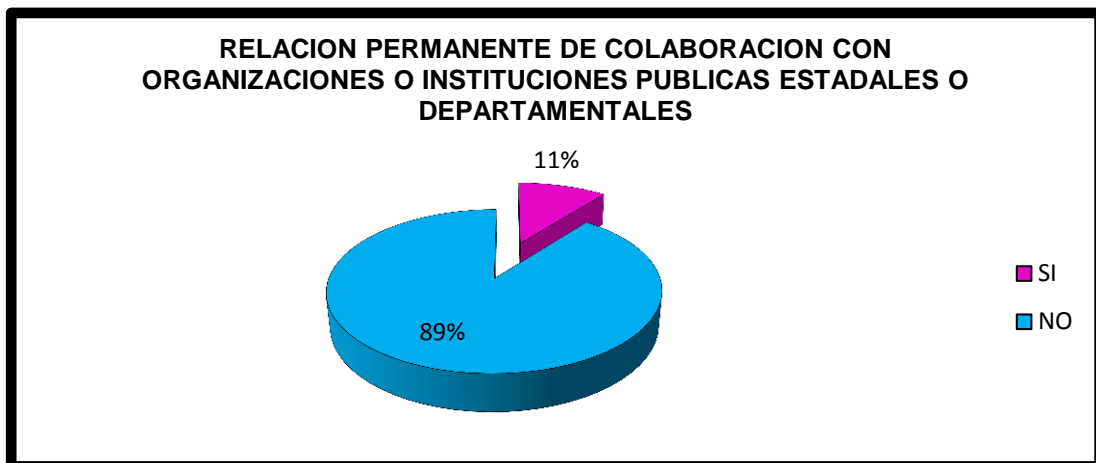
**Ítem 11. Tiene relación permanente de colaboración con alguna organización social o institución pública (estatal o departamental).**  
**Cuestionario 1 de 3**

**Tabla 11**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
SI	2	37%
NO	17	63%
TOTALES	19	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 10**



Fuente: Datos aportados por la tabla 11 (2015)

**Análisis:** Como se observa en el grafico 10, 89% de los encuestados opinó que no existe relación permanente de colaboración con Organizaciones o Instituciones Públicas Estadales o Departamentales, 11% considero que si existe relación de colaboración con los entes antes mencionados. Referente a los datos obtenidos la Empresa no comparte con otras Organizaciones que tengan programas de Responsabilidad Social Empresarial donde ellos

puedan ser parte, y con esto a su vez abrirle campo a una visión para crear un programa propio ya sea de manera interna o externa.

### **Interpretación Cuestionario 1**

Con la aplicación del instrumento seleccionado, quedo en evidencia que en la empresa objeto de estudio hay una total ausencia de prácticas de Responsabilidad Social Empresarial ya sean internas o externas, no posee en su planificación estratégica una misión, visión y valores definidos para involucrar a sus trabajadores y generar un sentido de compromiso que pueda ser extendido a los accionistas, consumidores y comunidad para que el impacto de sus acciones y decisiones sea positivo y contribuya con el desarrollo sostenible como hacen referencias Méndez (2004) y la ISO 26000 (2010) respectivamente.

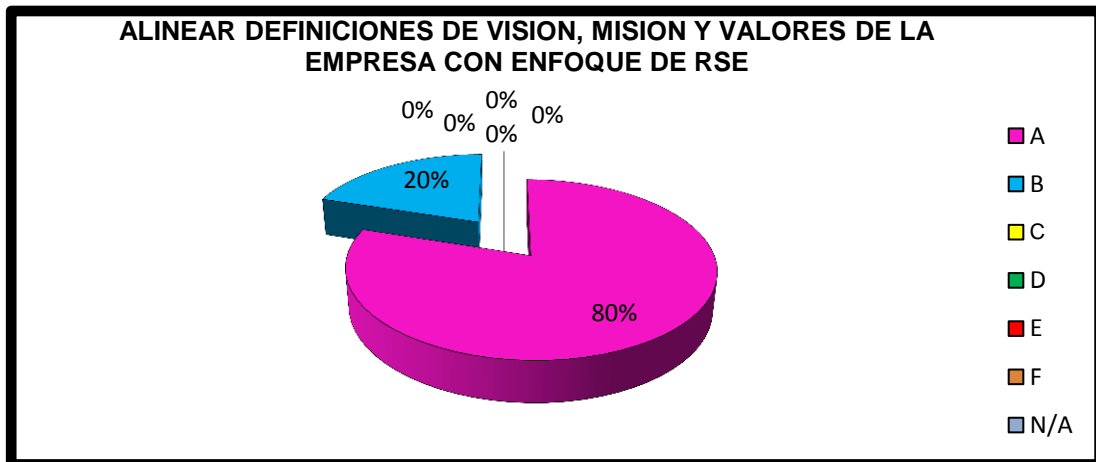
**Ítem 12. Alinear las definiciones de visión, misión y valores de la empresa en su enfoque RSE. Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 12**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	4	80%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	1	20%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Gráfico 11**



Fuente: Datos aportados por la tabla 12 (2015)

**Análisis:** Como se observa en el gráfico 11, 80% de los accionistas indicaron que no se posee misión, visión y valores con un enfoque de RSE y 20% de los accionistas indicó que sí. Los resultados indican que la Empresa no

posee políticas ni realiza acciones con respecto a alinear su Misión, Visión y Valores a un enfoque Socialmente Responsable.

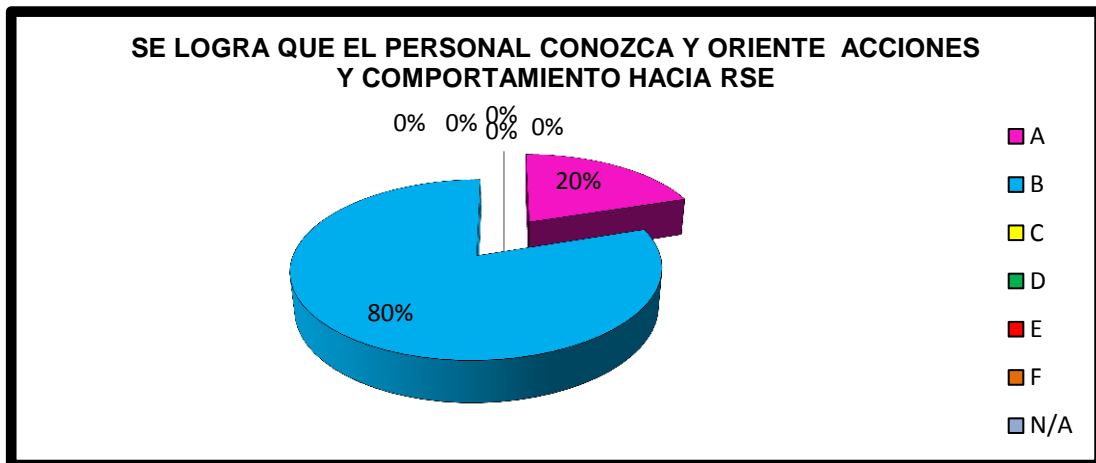
**Ítem 13. Lograr que todo el personal conozca esas definiciones y oriente su comportamiento en función de ellas. Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 13**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	1	20%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	4	80%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 12**



Fuente: Datos aportados por la tabla 13 (2015)

**Análisis:** Según 80% de los accionistas considera que se realizan acciones aisladas, mas no existen políticas establecidas y 20% de los accionistas por su parte indico no realizan acciones y no existen políticas establecidas. La percepción de las investigadoras ante estos datos que se obtienen es que la

Empresa no busca orientar a sus trabajadores a un comportamiento socialmente responsable.

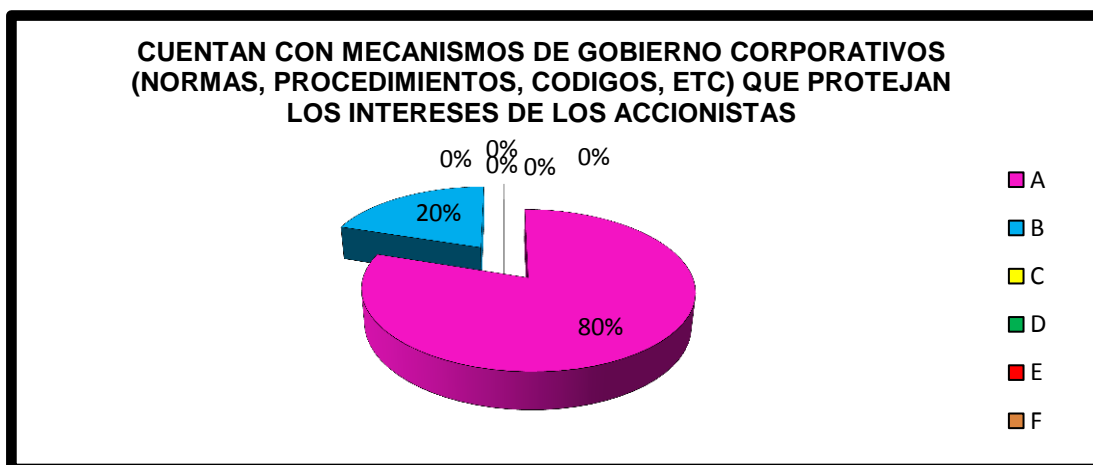
**Ítem 14. Contar con mecanismos de Gobierno Corporativos (normas, procedimientos, códigos, etc.) que protejan los intereses de los accionistas.**

**Tabla 14**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	4	80%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	1	20%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 13**



Fuente: Datos aportados por la tabla 14 (2015)

**Análisis:** De las opciones propuestas 80% de los accionistas opinó que no realizan acciones ni tienen una política establecida y 20% de los accionistas indico que realizan acciones aisladas, pero no tiene un política que lo incluya, se define entonces por los resultados obtenidos que no existen políticas dentro de la Empresa objeto de estudio que protejan los intereses de los accionistas.

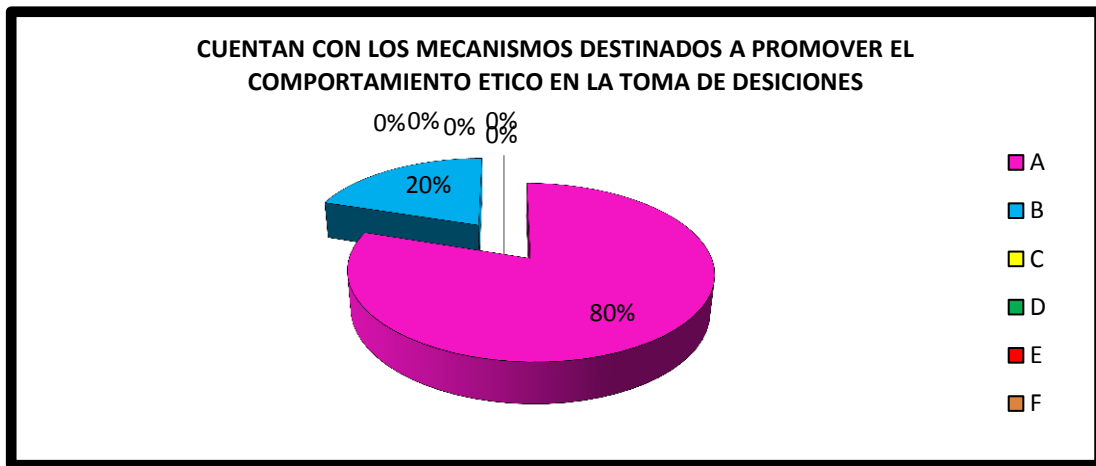
**Ítem 15 Contar con mecanismos (normas, procedimientos, códigos, etc.) destinados a promover el comportamiento ético en los procesos de toma de decisiones y en la forma de relacionarse con actores internos y externos. Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 15**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	4	80%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	1	20%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Gráfico 14**



Fuente: Datos aportados por la tabla 15 (2015)

**Análisis:** Como se observa en el gráfico 14, 80% de los accionistas considera no realizan acciones ni tienen una política establecida, por otra

parte 20% de los accionistas indica que se realizan acciones aisladas, pero no tiene un política que lo incluya, por lo tanto la Empresa objeto de estudio no posee código de ética, que pueda ser impartida a los trabajadores, por los cuales puedan dirigirse.

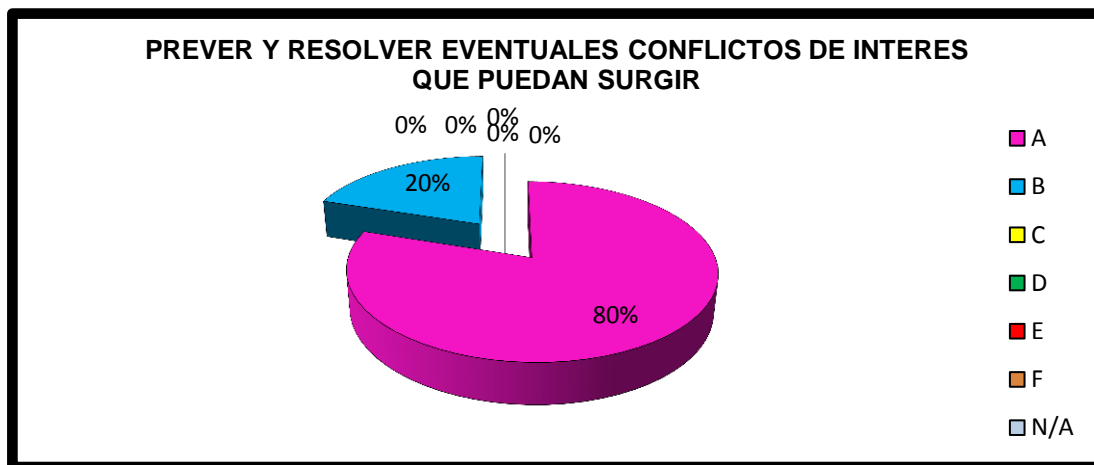
**Ítem 16. Prever y resolver los eventuales conflictos de interés que puedan surgir. Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 16**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	4	80%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	1	20%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 15**



Fuente: Datos aportados por la tabla 16 (2015)

**Análisis:** En el gráfico 15, 80% de los accionistas expresaron que no se realizan acciones ni existe una política referente a prever eventualidades, por

otro lado 20% de los accionistas opina que realizan acciones aisladas, pero de igual manera no tienen un política que lo incluya. Con los datos que aquí se presentan se establece que la Empresa no posee ni acciones ni políticas destinadas a esa función.

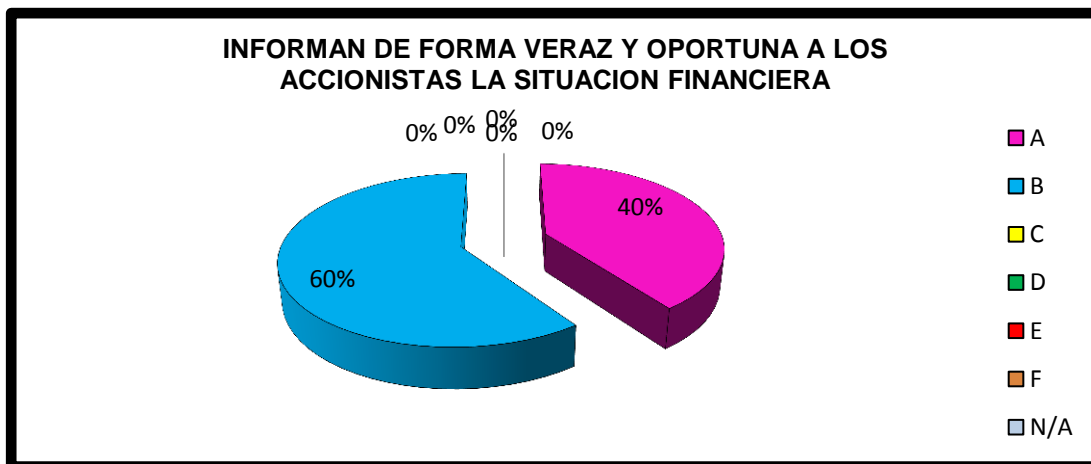
**Ítem 17. Informar en forma veraz y oportuna a los accionistas sobre situación financiera y sus resultados económicos. Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 17**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	2	40%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	3	60%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 16**



Fuente: Datos aportados por la tabla 17 (2015)

**Análisis:** Para el grafico 16 se interpreta que 40% de los accionistas considera que no se realizan acciones ni tienen una política, y 60% de los accionistas indico que realizan acciones aisladas, pero no tiene un política

que lo incluya, los datos suministrado por este ítems, indica que los accionistas son notificados en caso de cualquier contingencia, sin embargo los canales de comunicación son informales para estos casos.

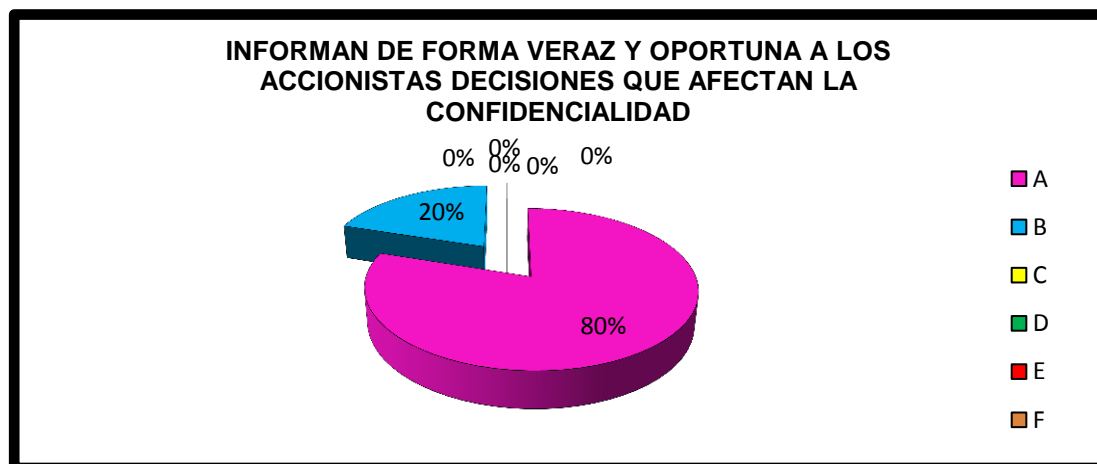
**Ítem 18. Informar en forma veraz y oportuna a los accionistas sobre decisiones de importancia estratégica para la empresa siempre que no afecte la confidencialidad necesaria. Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 18**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	4	80%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	1	20%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Gráfico 17**



Fuente: Datos aportados por la tabla 18 (2015)

**Análisis:** Como se observa en el grafico 18, 80% de los accionistas considera que no se realizan acciones ni se tiene una política, ahora bien 20% de los accionistas indico que realizan acciones aisladas, pero no tiene un política que lo incluya, los accionistas sienten que no existen políticas que les de la información de manera oportuna sobre las estrategias que va a tomar la Empresa en determinado momento.

**Ítem 19. Evitar que se facilite información privilegiada que beneficie a unos accionistas con menoscabo de los intereses de otros.**  
**Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 19**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	5	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Considerando 100% de los encuestados, 100% de los accionistas reflejo que la Empresa no realiza acciones ni tiene una política establecida en pro de evitar el beneficio para una parte de los accionistas que para los otros con lo que respecta a la información.

**Ítem 20. Evitar todo abuso de poder en búsqueda de ventajas particulares. Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 20**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	0	0%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	5	100%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** En los resultados obtenidos según la tabla de frecuencia 20, 100% de los accionistas considera que se encuentran en vías de establecer una política para evitar el abuso de poder y la búsqueda de ventajas particulares.

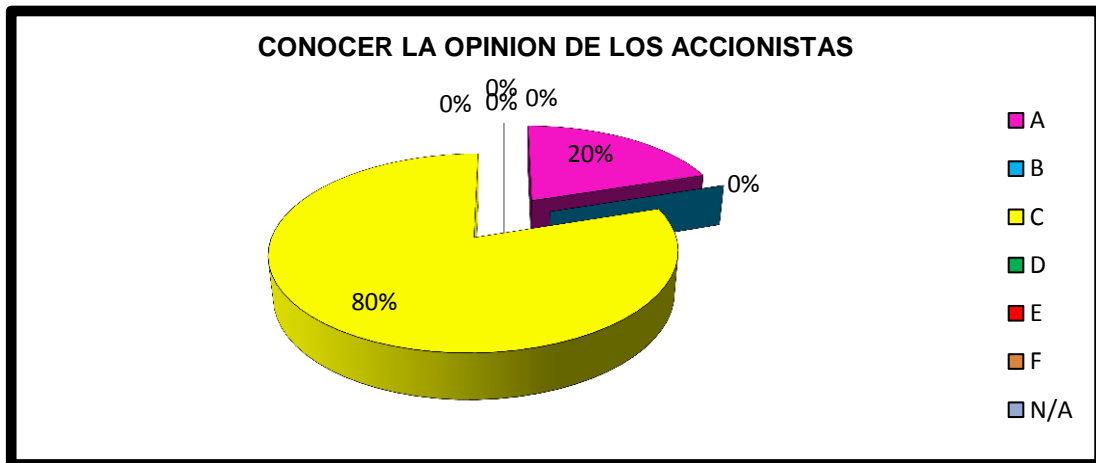
**Ítem 21. Conocer la opinión de los accionistas. Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 21**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	1	20%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	4	80%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 18**



Fuente: Datos aportados por la tabla 21 (2015)

**Análisis:** para el ítem 21 los encuestados reflejaron que 20% de los accionistas considera que no se realizan acciones, ni se tiene políticas establecidas en cuanto a conocer la opinión de los accionistas, sin embargo

80% de ellos expreso que la Empresa se encuentra en vías de realizar acciones y establecer políticas que les permitan conocer su percepción.

**Ítem 22. Asegurar los derechos de los accionistas minoritarios.  
Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 22**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	0	0%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	5	100%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Para la tabla 22, el 100% de los accionistas considera que la Empresa se encuentra en el proceso de realizar políticas que aseguren los derechos de los accionistas minoritarios.

**Ítem 23. Generar para los accionistas unos beneficios justos y acordes con las tendencias del mercado en el que opera la empresa.**  
**Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 23**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	0	0%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	5	100%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Para el ítems 23 se obtuvo como resultado que 100% de los accionistas concuerdan que ya están tomando acciones para generar beneficios justos y acordes con las tendencias del mercado en que ópera la Empresa.

**Ítem 24. Impedir que las decisiones de la empresa pongan innecesariamente en riesgo la inversión (capital) de los accionistas.**  
**Cuestionario 2 de 3**

**Tabla 24**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	0	0%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	5	100%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Según los datos que se presentan la tabla de frecuencia 24, 100% de los accionistas concuerda en que la Empresa se encuentra en camino de realizar una política que impida tomar decisiones que puedan poner en algún momento en riesgo la inversión.

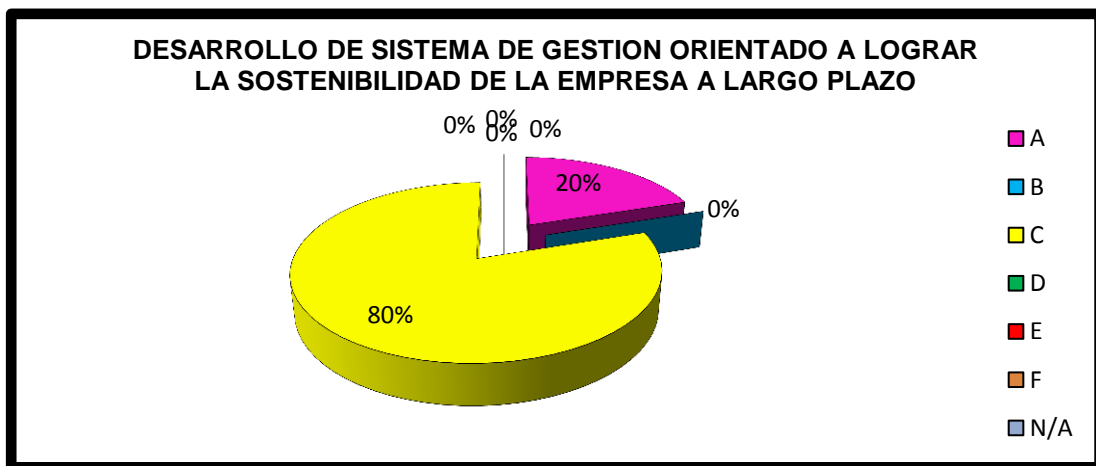
**Ítem 25. Desarrollar un sistema de gestión (planificación, decisiones de inversión, manejo de los costos, mejora de la calidad, gestión de riesgo, entre otros) orientado a lograr la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.**

**Tabla 25 Cuestionario 2 de 3**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	1	20%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	4	80%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 19**



Fuente: Datos aportados por la tabla 25 (2015)

**Análisis:** Del 100% de los encuestados se observa que 80% de los accionistas piensa que se encuentran realizando acciones que propicien el desarrollo de sistemas de gestión que orienten a lograr la sostenibilidad de la Empresa objeto de estudio a largo plazo, el otro 20% de los accionistas por el otro lado considera que no existen ni acciones ni políticas establecidas para el desarrollo de sistema de gestión.

### **Interpretación Cuestionario 2**

Existen altos índices de desinformación y desinterés por parte de los accionistas sobre políticas destinadas a alinear su misión, visión y valores hacia un enfoque socialmente responsable, no cuentan con ningún mecanismo llámese norma, procedimiento o código que encamine el comportamiento organizacional a adoptar la Responsabilidad Social Empresarial como una filosofía de la Empresa, como lo sugiere Caravedo (2004) , así también es importante destacar que Ducker (2004) señala claramente que no hay empresas exitosas en comunidades deterioradas, es por ello que el proponer estrategias para un programa de Responsabilidad Social Empresarial que pueda llegar a ser bien aplicado contribuirá en que la Empresa se preocupe y se ocupe de que su producto final logre el bienestar de la comunidad, medio ambiente y el propio de manera conjunta. Para con esto lograr los beneficios que Fernández (2009) identifica como externos, un posicionamiento y diferenciación de marca, incremento de notoriedad, mejorar su imagen corporativa, entre otros. Ya que como menciona Cortina (2002) la Empresa debe jugar un rol mas allá de generar utilidades o ganancias haciendo valer aun mas su competitividad.

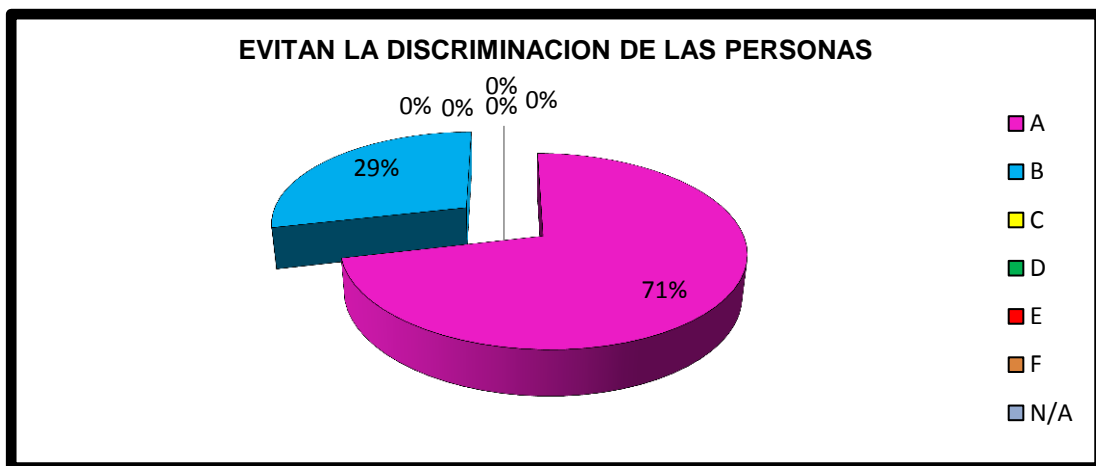
**Ítem 26. Evitar que las personas sean discriminadas por su edad, género, raza, religión, discapacidad, ideología política, etc. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 26**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	10	71%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	4	29%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 20**



Fuente: Datos aportados por la tabla N°26 (2015)

**Análisis:** Según en el grafico 20, 71% de los trabajadores considera que no existen ni acciones ni políticas referentes a evitar la discriminación de las

personas, el otro 29 % de los trabajadores afirma según los datos obtenidos que para evitar la discriminación dentro de la Empresa objeto de estudio, no existen ni acciones que la propicien ni políticas que así lo establezcan.

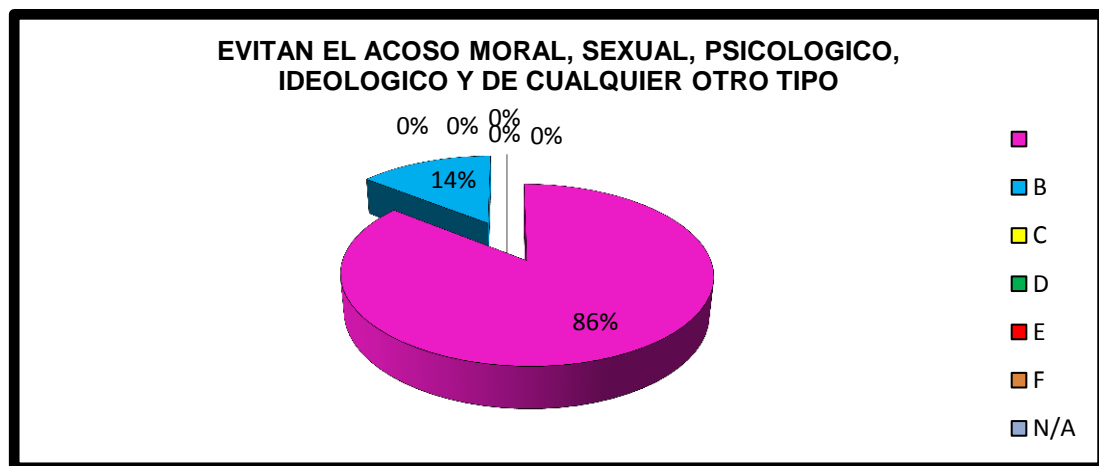
**Ítem 27. Evitar el acoso moral, sexual, psicológico, ideológico y de cualquier otro tipo. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 27**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	12	86%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	2	14%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 21**



Fuente: Datos aportados por la tabla 27 (2015)

**Análisis:** Tal se observa en el gráfico 21, 86% de los trabajadores consideran que la Empresa objeto de estudio no tiene políticas ni toma acciones que propicien a evitar el acoso moral, sexual, psicológico, ideológico, entre otros, por otra parte el otro 14% de los trabajadores insisten en que aunque no existen políticas establecidas dentro de la Empresa, la misma se realiza acciones aisladas para evitarlo.

**Ítem 28. Brindar garantías a los trabajadores que necesitan denunciar situaciones personales que consideran injustas. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 28**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Para el ítems 28 observamos que 100% de los trabajadores de la Empresa objeto de estudio concordaron en que, la Empresa no realiza acciones ni políticas que los beneficie a la hora de denunciar cualquier abuso que se presente dentro de esta.

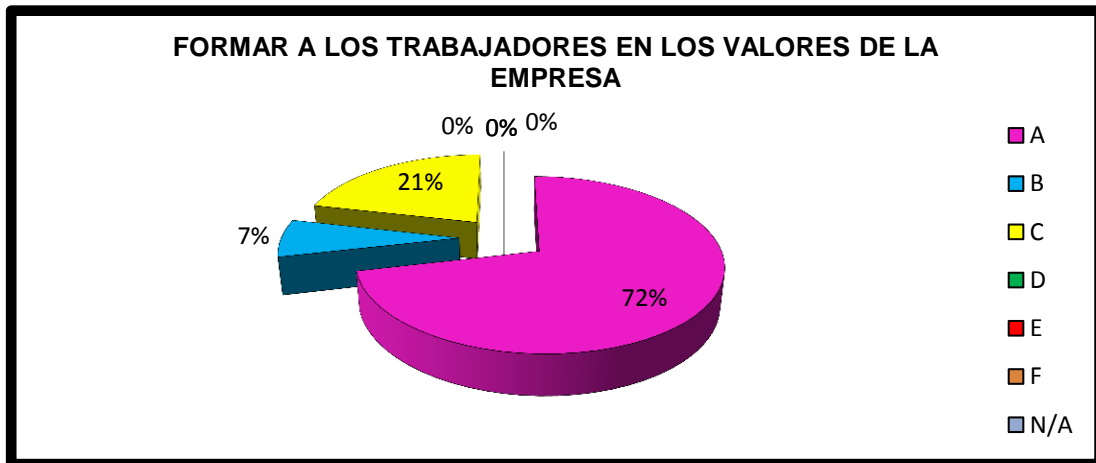
**Ítem 29. Formar a los trabajadores en los valores de la empresa.  
Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 29**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	10	72%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	1	7%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	3	21%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 22**



Fuente: Datos aportados por la tabla 29 (2015)

**Análisis:** Del total de la población encuestada 72% de los trabajadores piensa que no se realizan acciones ni políticas que ayuden a fomentar en ellos los valores de la empresa, 21% de los trabajadores considera que aunque no existen políticas establecidas la Empresa si cumple con acciones que ayuden a fomentar los valores de la Empresa, por otro lado el 7% de los trabajadores indico que no existen ni acciones ni políticas con respecto a esto.

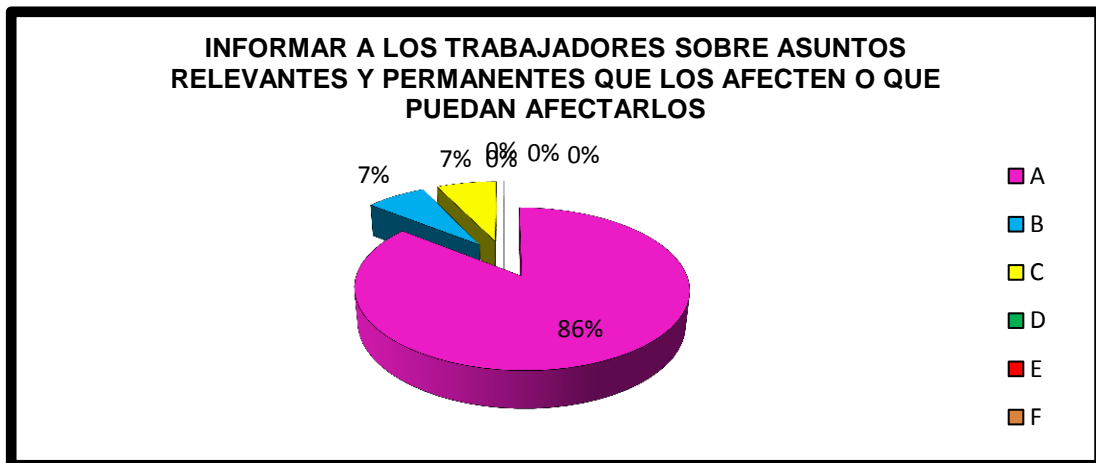
**Ítem 30. Informar a los trabajadores sobre asuntos relevantes y permanentes que los afecten o que puedan afectarlos**

**Tabla 30**

<b>ALTERNATIVAS</b>	<b>FRECUENCIA ABSOLUTA</b>	<b>PORCENTAJE (%)</b>
<b>A=</b> No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	12	86%
<b>B=</b> Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	1	7%
<b>C=</b> Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	1	7%
<b>D=</b> Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
<b>E=</b> Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
<b>F=</b> Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
<b>N/A=</b> No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 23**



Fuente: Datos aportados por la tabla 30 (2015)

**Análisis:** 86% de los trabajadores piensa que la Empresa no realiza acciones ni políticas que convengan en informar a los trabajadores sobre

asuntos relevantes y permanentes que los afecten o que puedan afectarlos, 7% de los trabajadores concuerda que la Empresa realiza acciones aisladas, no tiene políticas que lo incluyan, finalmente 7 % de los trabajadores piensa que la Empresa Realiza acciones, pero aun no tiene las políticas establecidas.

**Ítem 31. Informar adecuadamente a los trabajadores sobre sus derechos y obligaciones. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 31**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	0	0%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	1	7%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	13	93%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 24**



Fuente: Datos aportados por la tabla 31 (2015)

**Análisis:** Los datos obtenidos en el grafico 24 reflejan que 93% de los trabajadores opina que la Empresa realiza acciones aisladas mas sin embargo no tiene políticas que establezcan la información adecuada y oportuna a los trabajadores sobre sus derechos y obligaciones, por otro lado 7 % de los trabajadores opina que si se realizan acciones, pero son aisladas y aun no se encuentra esto establecido en ninguna política dentro de la Empresa.

**Ítem 32. Controlar que los proveedores de personal subcontratado cumplan con la legislación laboral y respeten los derechos de sus trabajadores. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 32**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Con un rotundo 100% los trabajadores estuvieron de acuerdo con respecto a que la Empresa no realiza acciones ni políticas que denote en controlar el cumplimiento de la legislación laboral de los proveedores para con los subcontratados.

**Ítem 33. Mantener un buen relacionamiento y un dialogo transparente con el sindicato que representa a sus trabajadores. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 33**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	0	0%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	14	100%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Como se puede verificar en la tabla 33, la Empresa no tiene sindicato, por lo tanto el ítem no aplica

**Ítem34. Prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, más allá de las exigencias legales. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 34**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** 100% de los trabajadores piensa que la Empresa Objeto de Estudio no tiene acciones ni políticas destinadas a prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, más allá de las exigencias legales

**Ítem 35. Capacitar en seguridad y salud laboral a los trabajadores.**

**Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 35**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** En la tabla 35 se logra observar que un 100% de los trabajadores opina que la Empresa Objeto de Estudio no tiene acciones ni políticas predestinadas a capacitar a su personal en materia de seguridad y salud laboral.

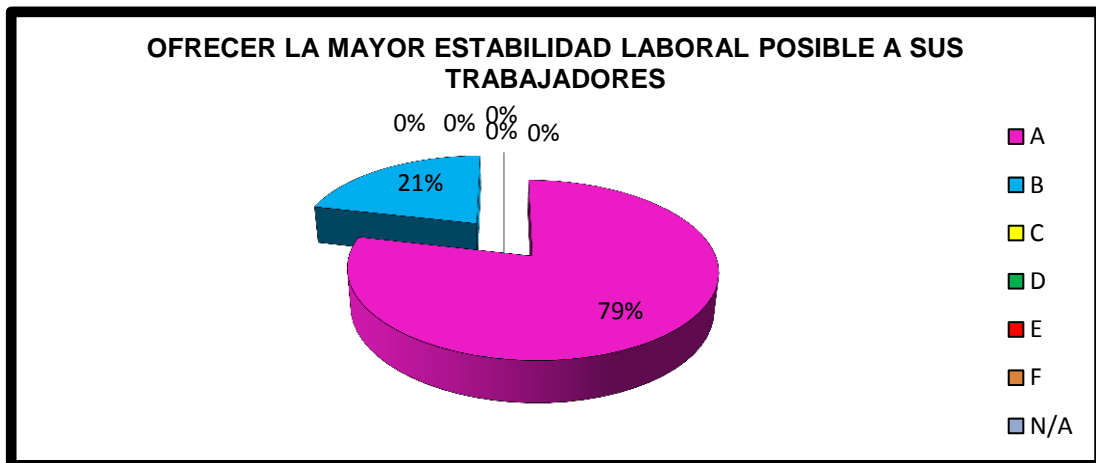
**Ítem 36. Ofrecer la mayor estabilidad laboral posible a sus trabajadores.**  
**Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 36**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	11	79%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	3	21%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 24**



Fuente: Datos aportados por la tabla 36 (2015)

**Análisis:** 79% de los trabajadores expreso que la Empresa no posee acciones ni políticas destinadas a ofrecer la mayor estabilidad laboral posible para sus trabajadores, sin embargo 21% de los trabajadores considera que

aunque no existe política definida para la estabilidad laboral la Empresa si realizan acciones aisladas para ello.

**Ítem 37. Promover y facilitar el entrenamiento, la capacitación y desarrollo profesional de sus trabajadores en todos los niveles de la empresa.**

**Tabla 37**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** En la tabla de frecuencia 37 se evidencia que 100% de los trabajadores piensa que la Empresa no cumple con acciones ni políticas destinadas a promover el entrenamiento y la capacitación de su talento humano, a manera de hacerlo valioso para la Empresa y en el mercado laboral.

**Ítem 38. Brindar oportunidades de desarrollo de una carrera funcional dentro de la empresa. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 38**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Según la tabla de frecuencia 38, 100% de los trabajadores piensa que la Empresa Objeto de Estudio no tiene acciones ni políticas que busquen brindar oportunidades de desarrollo personal de cada uno de ellos, con una carrera dentro de la Empresa.

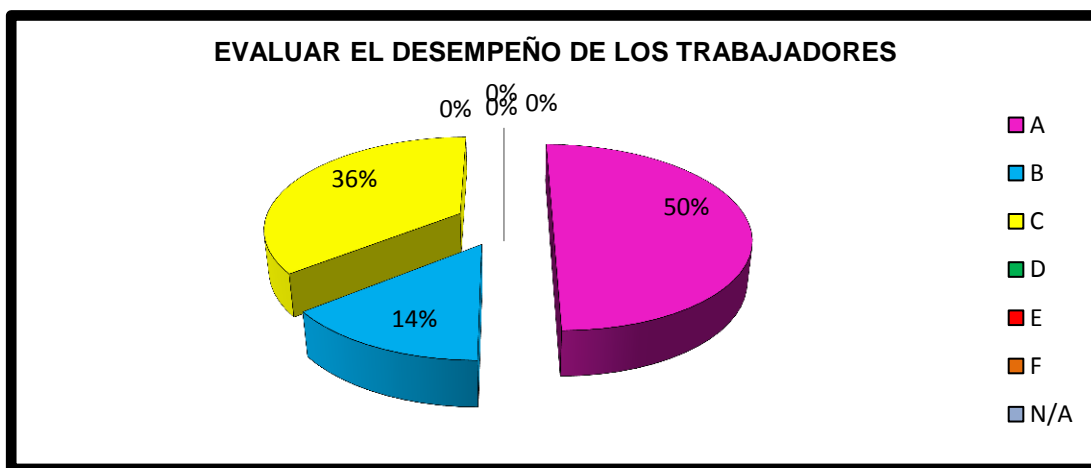
Ítem 39. Evaluar el desempeño de los trabajadores. Cuestionario 3 de 3

Tabla 39

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	7	50%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	2	14%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	5	36%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
TOTALES	14	100%

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

Grafico 25



Fuente: Datos aportados por la tabla N°39 (2015)

**Análisis:** 50% de los trabajadores piensa que la Empresa no realiza acciones ni políticas que denote en evaluar el desempeño de sus trabajadores, 36% indicó que la empresa realiza acciones con este tema y

finalmente 14% expreso que la Empresa realiza acciones aisladas, pero aun no ha establecido políticas al respecto.

**Ítem 40. Reconocer y/o premiar el buen desempeño de los trabajadores.**  
**Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 40**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Como se observa en la tabla de frecuencia 40, 100% de los trabajadores expreso que la Empresa no toma acciones ni establece políticas que manifieste reconocer el buen desempeño que tienen los trabajadores dentro de la Empresa.

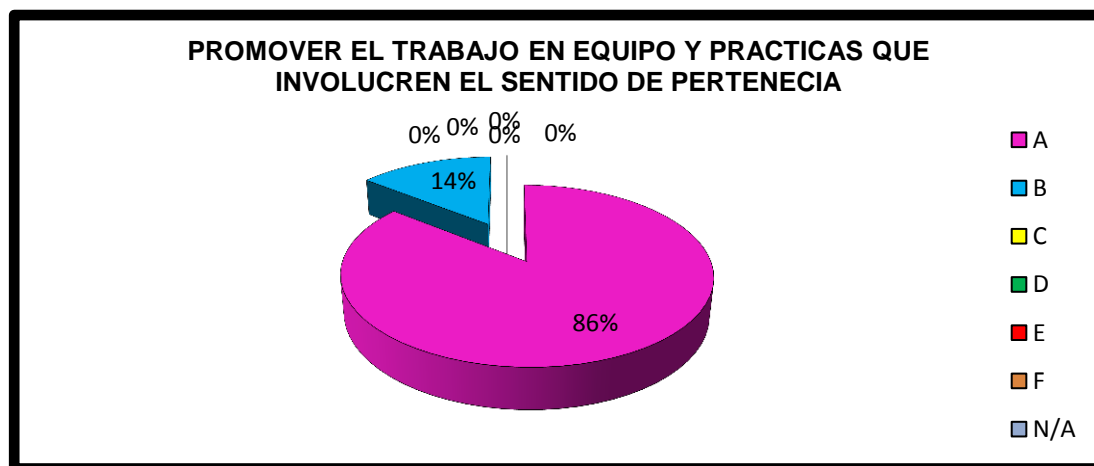
**Ítem 41. Promover el trabajo en equipo, la participación, el involucramiento el sentido de pertenencia de los trabajadores.**  
**Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 41**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	12	86%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	2	14%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Grafico 26**



Fuente: Datos aportados por la tabla 41 (2015)

**Análisis:** 86% de los trabajadores reflexiona que la Empresa no realiza acciones ni políticas que ayuden a promover entre ellos el trabajo de equipo

y las practicas dentro de la Empresa que propicien el sentido de pertenencia para con la Empresa, por otra parte 14 % de los trabajadores encuestados expresaron que la Empresa realiza acciones aisladas en cuanto a este tema se refiere, sin embargo no se ha establecido una política.

**Ítem 42. Evaluar la satisfacción de los trabajadores. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 42**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** 100% de los trabajadores expreso que la Empresa no realiza acciones ni políticas con las que puedan evaluar la satisfacción que tienen los trabajadores en la Empresa.

**Ítem 43. Capacitar y/o reubicar a los trabajadores dentro de la empresa, cuando se introducen cambios tecnológicos u organizativos a los efectos de minimizar los despidos u otros impactos negativos sobre ellos.**

**Tabla 43 Cuestionario 3 de 3**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Según la tabla 43, un 100% de los trabajadores estuvieron de acuerdo en que la Empresa no realiza acciones ni políticas que denote en capacitar a sus trabajadores para que cumplan con otras funciones dentro de la Empresa, capacitarlos en caso de que se propicien cambios tecnológicos, a manera de ayudarlos a crecer como individuo y a su vez crecer con la Empresa.

**Ítem 44. Brindar apoyo a los trabajadores despedidos o con finalización de contrato, para que se puedan reinsertar en el mercado laboral**

**Tabla 44 Cuestionario 3 de 3**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Para el ítems 44, que 100% de los trabajadores unificaron criterios y consideraron que la Empresa no realiza acciones ni posee políticas con las cuales se les brinde apoyo a los trabajadores los cuales son despedidos o finaliza su contrato, de manera de ayudarlos a integrarse nuevamente en el campo laboral.

**Ítem 45. Ayudar a los trabajadores con problemas de adicciones (alcohol, tabaquismo, drogas, etc.) Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 45**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** 100% de los trabajadores razona que la Empresa no realiza acciones ni políticas que den el beneficio de ayudar a los trabajadores que tengan problema con cualquier tipo de adicción, a manera de rescatar personal valioso y hacerlo sentir apoyado por parte de la Empresa,

**Ítem 46. Promover la vida saludable entre sus trabajadores.  
Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 46**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Como se observa en la tabla 46, que 100% de los trabajadores expreso que la Empresa no realiza acciones ni políticas que propicien las practicas de vida saludable, la salud física y mental.

**Ítem 47. Facilitar el adecuado balance entre vida laboral y familiar de sus trabajadores. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 47**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** 100% de los trabajadores expreso que la Empresa no cumple con acciones ni políticas que faciliten el adecuado balance entre la vida laboral y familiar de sus trabajadores que hacen vida dentro de la Empresa.

**Ítem 48. Promover un adecuado clima laboral y de relación dentro de la empresa. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 48**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Para la tabla 48, 100% de los trabajadores discurre que la Empresa no realiza acciones ni políticas con respecto a promover un adecuado clima laboral y un buena relación dentro de la Empresa entre trabajadores.

**Ítem 49. Brinda facilidades y beneficios adicionales a los establecidos en la ley para los casos de embarazo y maternidad. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 49**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Como se observa en la tabla de frecuencia 49, que 100% de los trabajadores considera que la Empresa no realiza acciones ni políticas con respecto a brindar facilidades y beneficios adicionales a los establecidos en la ley para los casos de embarazo y maternidad para las trabajadoras que laboran en la Empresa.

**Ítem 50 Ofrecer al personal subcontratado algunos beneficios y/o capacitación similares a los que tienen los trabajadores de la empresa**

**Tabla 50**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Como se observa en la tabla de frecuencia 50, 100% de los trabajadores expuso que la Empresa no realiza acciones ni políticas que brinden beneficios al personal subcontratado.

**Ítem 51. Pagar remuneraciones por encima de los mínimos legales.  
Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 51**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Como se observa en la tabla 51, que 100% de los trabajadores considera que la Empresa no ejecuta acciones ni políticas con las cuales les otorgue el beneficio de un salario por encima del minio de ley.

**Ítem 52. Hacer participar a los trabajadores de las utilidades de la empresa. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 52**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** 100% de los trabajadores considera que la Empresa no realiza acciones ni políticas que incentiven e inviten a los trabajadores a participar en las utilidades de la Empresa una vez cierre el ejercicio económico de la misma.

**Ítem 53. Brindar beneficios en materia de salud, educación o acceso a la vivienda. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 53**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis e Interpretación:** 100% de los trabajadores consideró que la Empresa no realiza acciones ni cumple con políticas con las cuales los trabajadores tengan beneficios de salud y de vivienda, adicionales a los que establece la legislación.

**Ítem 54. Tratar de evitar que las reducciones de costos se realicen por la vía de despidos y suspensiones. Cuestionario 3 de 3**

**Tabla 54**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA ABSOLUTA	PORCENTAJE (%)
A= No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLITICA	14	100%
B= Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLITICA que las incluya	0	0%
C= Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLITICA sobre el tema	0	0%
D= Tenemos una POLITICA y comenzamos a alinear las ACCIONES para que sean consistentes con la misma	0	0%
E= Tenemos una POLITICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES	0	0%
F= Tenemos una POLITICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa	0	0%
N/A= No Aplica	0	0%
<b>TOTALES</b>	<b>14</b>	<b>100%</b>

Fuente: Instrumento de recolección de Datos Extracción DERES (2014)

**Análisis:** Con un rotundo 100% los trabajadores expresaron que la Empresa no realiza acciones ni establece políticas con lo cual se logre evitar las reducciones de costos por medio de despidos de los trabajadores activos dentro de la Empresa.

**Interpretación Cuestionario 3**

No poseen políticas que definan derechos y obligaciones de los trabajadores, tampoco se evidencia la existencia de programas de salud y seguridad laboral, capacitación, reconocimiento y desarrollo de los trabajadores. Dentro de la Empresa no se disfruta de programas de autoayuda, calidad de vida familiar y laboral que les permita lograr estabilidad económica que pueda transformarse en beneficios sociales que a su vez estos puedan compartir con la comunidad donde la Empresa desarrolla sus actividades comerciales. Para que así mismo puedan gozar de los beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial a nivel interno que

menciona Fernández (2009), fidelidad y compromiso de los trabajadores, mejora del clima laboral y a su vez de la productividad y calidad, mejoramiento de la comunicación interna, fortalecimiento de una cultura corporativa, ya que la Responsabilidad Social en el Trabajo impacta positivamente en la vida del empleado y profesional.

## CONCLUSIONES

Las Organizaciones deben pretender mantenerse en la actualidad, avanzar junto con la sociedad y no aislarse de las realidades que hoy en día se presentan, es por ello que las Organizaciones deben buscar estrategias innovadoras, que ayuden a generar impacto positivo en su entorno y en sus trabajadores.

En este contexto en el que estamos viviendo hoy en día, donde la sociedad avanza a pasos agigantados en cualquiera que sea el ámbito, llaméese salud, tecnología, infraestructura, entre otros, las Organizaciones están en la necesidad de cambiar junto con esta. En ocasiones, dependiendo de la naturaleza de la Organización, se dan los casos en que las mismas solo ponen mirada firme en su proceso de producción o en su mejor respuesta de servicio, según sea el caso, dejando de lado el exterior, el avance, y de esta manera despertándose un día con un choque de realidad, donde todo es diferente, hasta las estrategias para ser imbatible en el mercado.

Por lo antes expuesto, es necesario tomar en cuenta la importancia e influencia que tienen las Organizaciones en la sociedad, hoy por hoy la sociedad no solo ve a las Organizaciones como una infraestructura generadora de empleo y de productos o servicios; las Organizaciones pasaron de ser gélidas e inflexibles a cálidas y flexibles, por medio de solo tener presente y en consideración a sus trabajadores, clientes y entorno en general.

Entonces, si esto ya es una práctica constante en muchas Organizaciones a nivel mundial, de las cuales, estableciendo estrategias claras después de estudios precisos, logran excelente resultados, debemos

acércanos a esto; atendiendo las necesidades del entorno, y planificando estrategias de visión sustentable en el tiempo se logra romper ese paradigma de la Empresa sin sentimientos a una Empresa que le interesa sus colaboradores y su entorno, una empresa Socialmente Responsable.

Una vez puesta en práctica en la Organización objeto de estudio Los Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial (I.R.S.E) de la Organización DERES a el total de la población de la Organización, se obtuvieron los resultados necesarios a fin de cubrir los objetivos que fueron propuestos y le dieron dirección a esta investigación.

Es importante hacer mención, que aunque la carencia de estas estrategias de Responsabilidad Social Empresarial fue una problemática que fue vista de manera empírica por las investigadoras, la gerencia no estuvo alejada del proceso, una vez le expusimos el problema estuvieron a la mayor disposición. La Empresa objeto de estudio se evidencio desde el primer momento interesada en el tema de Responsabilidad Social Empresarial y en los beneficios que arraigaría con ello.

## **RECOMENDACIONES**

La presente propuesta se enfoca primordialmente en diseñar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial para la Empresa objeto de estudio. En este diseño se incorporan valores éticos, políticas y programas diseñados con el fin de que la empresa tenga una orientada inclusión a la Responsabilidad Social Empresarial, para así generar a través de esto valor agregado hacia entorno social y laboral.

### **Justificación de la Propuesta**

El objetivo del diseño de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial y la inclusión de las mismas en la planificación estratégica de la Empresa, traerá consigo la percepción positiva de sus trabajadores, accionistas y comunidad. Para poder entender este proceso se presenta la información necesaria para comprender lo que es la Responsabilidad Social Empresarial y la importancia que esta viene teniendo en las Empresas y la sociedad en la última década.

El diseño de estrategias de Responsabilidad Social Empresarial debe descansar sobre bases sólidas, por lo tanto la importancia y la creación de misión, visión y valores acoplados con la Responsabilidad Social Empresarial son la clave para poder encaminar positivamente las estrategias. Sumado a toda esta ecuación debe tomarse en cuenta a las personas que estarán siendo partícipes de estas, todo esto permitirá facilitar la implementación de unas estrategias de Responsabilidad Social Empresarial, donde participen empleados y accionistas proporcionando la mejora continua de su gestión

como Empresa y favoreciendo el desarrollo de la comunidad en la que se encuentra esta, basado principalmente en el enfoque ético y positivo, donde la inversión social se orienta a beneficiar de forma integral a sus actores principales.

### **Objetivos de la Propuesta**

Ofrecer un impacto positivo en la gestión del negocio como actor de acción social en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial.

Elaborar estrategias de Responsabilidad Social Empresarial que permita fomentar una cultura socialmente responsable entre sus accionistas y trabajadores.

### **Desarrollo de la Propuesta**

La estructura de la propuesta para las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial objeto de estudio estará dado de la siguiente forma:

Estrategias	Acción de Estrategias
Creación de los principios básicos en la Empresa objeto de estudio, en el manejo de la Responsabilidad Social Empresarial.	-Diseño de la Misión, Visión y Valores Corporativos de Responsabilidad Social Empresarial.
Establecer programas para prestar apoyo educativo a los trabajadores de la Empresa objeto de estudio	-Diseño de programas educativos para los Trabajadores. -Realización de actividades culturales y educativas para familiares directos de los Trabajadores. -Realización de jornadas de salud para los Trabajadores y los familiares directos.

Diseñar estrategias para apoyo a terceros	-Donativos. actividades culturales y deportivas
Diseñar plan de capacitación y desarrollo profesional en el área de responsabilidad social.	-Convenios con Universidades y Tecnológicos con el fin de facilitar programas de responsabilidad social

### **Diseño de la Estrategia**

#### **Creación de los principios básicos en la Empresa objeto de estudio, en el manejo de la Responsabilidad Social Empresarial.**

**Misión:** Administrar los recursos basados en una gestión socialmente responsable, garantizando el beneficio de grupos internos y externos de la organización.

**Visión:** Lograr la consolidación de una empresa socialmente responsable, reconocida por los grupos de interés por su gestión enfocada en garantizar los principios éticos, de respeto a los trabajadores, accionistas y la comunidad.

#### **Valores:**

- Ética
- Responsabilidad
- Respeto
- Solidaridad
- Cooperación

Estas estrategias se les harán públicas a los trabajadores en una reunión departamental, donde se informe a los mismos la intención de la Empresa de realizar acciones de Responsabilidad Social Empresarial y las demás estrategias que abarquen este tema.

### **Establecer programas para prestar apoyo educativo a los trabajadores de la Empresa Objeto de Estudio**

- Diseño de programas educativos para los trabajadores.

Ofrecer a los trabajadores la posibilidad de asistir a cursos especializados o de perfeccionamiento de competencias, relacionados con su área de trabajo semestralmente.

- Realización de actividades culturales, deportivas y educativas para familiares directos de los Trabajadores.

Se plantea realizar actividades culturales, deportivas y educativas para los empleados, la misma se realizara trimestralmente, esta se enfocará a culturizar a los familiares directos de los trabajadores en materia de ambiente, tecnología y crecimiento personal.

- Realización de jornadas de salud para los trabajadores y los familiares directos.

En ocasión a dar acción al punto anterior se propone realizar una vez al año un programa gratuito de exámenes de sangre y chequeo general para los trabajadores y familiares de los mismos.

### **Diseñar estrategias para apoyo a terceros**

- Donación de productos y servicios

Se propone la donación herramientas útiles para las escuelas de la comunidad (Lápices, colores, resmas de hojas, carpetas, entre otros)

Donar material de construcción para las restauraciones de canchas deportivas de la zona.

### **Diseñar plan de capacitación y desarrollo profesional**

- Convenios con Universidades y Tecnológicos para planes de carrera

Cancelación de Inscripción completa e indemnización de 20% de la mensualidad de la institución educativa.

## LISTA DE REFERENCIAS

- Arias, Fideas. (1999). **“El proyecto de Investigación guía para su elaboración”** Editorial Episteme, Caracas Venezuela
- Carapaica, Gil (2009). **¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?** Artículo en línea. Disponible: <http://gerenciaycambio.blogspot.com/2009/06/que-es-la-responsabilidad-social.html>
- Castillo, Armando (2012) **“La Gestión de Recursos Humanos y su Rol Protagónico en el Desempeño y Realidad Social de la Empresa CUA Azúcar, S.A”**. Trabajo de Grado para optar al título en Licenciado en Relaciones Industriales. Universidad De Carabobo., Bárbula.
- Castillo, Edgar (2012) **“Diseño de un instrumento de evaluación de responsabilidad social empresarial adaptado a los laboratorios de Bioanálisis en Venezuela”** Trabajo de Grado para optar al título en Licenciado en Relaciones Industriales. Universidad De Carabobo., Bárbula.
- Cardozo, Myriam (2003) **“Gobiernos y Organizaciones No Gubernamentales ante la Responsabilidad Social Empresarial”** Artículo en línea. Disponible: <http://www.jussemp.org/Inicio/Resources/MCardozoEticaGbnsOngs.pdf>
- Centro Mexicano para la filantropía A.C CEMEFI (2006) **“Definición de la Responsabilidad Social Empresarial”** Artículo en línea. Disponible: [http://www.cemefi.org/spanish/content/view/632/19/#\\_ftn5](http://www.cemefi.org/spanish/content/view/632/19/#_ftn5)
- Claret, Aroldo (2014) **“Como hacer y defender una tesis” Veintisieteava edición ampliada** Caracas Venezuela
- Comisión Europea (2001). **Libro Verde: “Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas”** Bruselas
- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

Cortina, Adela. (2002) **“Comunidad Política y Comunidad Ética”** En alianza y contrato. Madrid. Trotta. España. Artículo en línea. Disponible <http://www.galeon.com/cmpf/XIXColoquio/EscobarXIX.pdf>

Cortina, Adela (2012) **“Reflexiones sobre la Responsabilidad Social Corporativa en el siglo XXI”** Editorial Universo. Universidad de Salamanca. España

DERES (2014) **“Empresarial Indicadores de Responsabilidad Social”** Artículo en Línea. Disponible [www.empresa.org/doc/Manual\\_Indicadores.pdf](http://www.empresa.org/doc/Manual_Indicadores.pdf)

Drucker, Peter (2004) **“Responsabilidad Social según Peter Drucker”** Artículo en línea. Disponible [http://www.caretas.com.pe/Main.asp?T=3082&idE=752&idA-29823#.vaQ2T\\_mqpltw](http://www.caretas.com.pe/Main.asp?T=3082&idE=752&idA-29823#.vaQ2T_mqpltw)

Fernández, Ricardo. (2009). **“Responsabilidad Social Corporativa”**. Editorial Club Universitario. España.

Fundación PROhumana (2012) **“¿Qué es la Responsabilidad Social Empresarial?”** Artículo en línea. Disponible [http://www.prohumana.cl/index.php?option=com\\_content&task=view&id=44&Itemid=60](http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=44&Itemid=60)

Gálea, Mariolys, Giran, Miguel y Uribe, Jean (2013) **“Programa de responsabilidad social empresarial. Caso: empresa de telecomunicaciones, región centro Venezuela”** Trabajo de Grado para optar al título en Licenciado en Relaciones Industriales. Universidad De Carabobo., Bárbula.

García, Alba (2007) **“Lineamientos estratégicos para un programa de responsabilidad social de la pequeña y mediana empresa (Pyme), caso: Hidroflex, C. A”** Trabajo de Grado para optar al título en Licenciado en Administración Comercial. Universidad De Carabobo., Bárbula.

García, Andrés (2007) **“Responsabilidad Social Empresarial su contribución a un desarrollo sostenible”** Artículo en línea. Disponible <http://abiunsa.edu.pe>

Gil, Antonio (2003) **“Tipos de indicadores para el balance social de la empresa”** Artículo en línea. Disponible [http://www.insht.es/Inshtweb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/301a400/ntp\\_305.pdf](http://www.insht.es/Inshtweb/Contenidos/Documentacion/FichasTecnicas/NTP/Ficheros/301a400/ntp_305.pdf)

Global Reporting Initiative (2001) **“Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad”** Artículo en línea. Disponible <http://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Spanish-G3.1-Complete.pdf>

Gómez, Enmelys, Lorven, Omar y Velazco, Eilyn (2010) **“Análisis de los programas de responsabilidad social empresarial para los trabajadores de una empresa de distribución de productos, maquinarias y equipos para la agricultura. Caso Cagua. Estado – Aragua”** Trabajo de Grado para optar al título en Licenciado en Relaciones Industriales. Universidad De Carabobo., Bárbula.

González, Eglee y Herrera, Luisa. (2010), **“Estrategias de responsabilidad social empresarial aplicadas en una empresa del sector financiero privado a fin de identificar fortalezas y debilidades que genera en la calidad de vida laboral”** Trabajo de Grado para optar al título en Licenciado en Relaciones Industriales. Universidad De Carabobo., Bárbula.

Guédez, Víctor (2006) **“Ética y Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial”**. Colecciones Gerenciales

Guédez, Víctor (2010) **“La Responsabilidad Social Empresarial es una estrategia necesaria”** Artículo en línea. Disponible [http://www.eluniversal.com/2010/07/20/250C\\_esp\\_la-rse-es-una-estrat\\_20174217251](http://www.eluniversal.com/2010/07/20/250C_esp_la-rse-es-una-estrat_20174217251)

ISO 26000 (2011) **“ISO 26000 Visión General del Proyecto”** Artículo en línea. Disponible: [www.iso.org/iso/discovering\\_iso\\_26000-es.pdf](http://www.iso.org/iso/discovering_iso_26000-es.pdf)

Ley del Deporte (1995). Gaceta Oficial 4.937 (Extraordinaria) Julio 14, 1995 de la República Bolivariana de Venezuela.

Ley Orgánica Contra el Tráfico Ilícito y el Consumo de estupefacientes y sustancias psicotrópicas (2005) Gaceta Oficial 3.8337 Diciembre 12, 2005 de la República Bolivariana de Venezuela.

*Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (2005) Gaceta Oficial 38.242 Agosto 03, 2005 de la República Bolivariana de Venezuela.*

López, Antonio. (2010). **“Responsabilidad Social Empresarial Visiones Complementarias”**.

López, Isaura. (2010). **“Programa de Gestión de Responsabilidad Social Interna dirigida a una empresa outsourcing ubicada en Valencia Estado Carabobo”**. Trabajo de Grado para optar al título en Licenciado en Relaciones Industriales. Universidad De Carabobo., Bárbula.

Méndez, Charo. (2004) **“Administración Moderna”**. Nueva Editorial Interamericana. México D.F.

Méndez, Charo. (2004) **“La Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela durante el siglo XX”**. Artículo en línea. Disponible <http://doctrina.vlex.com.ve/vid/mendez-charo-responsabilidad-strategos-56656142>

Perdiguero, Tomas. y García, Andrés. (2005). **“La responsabilidad de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial”**. Imprenta Palacios S.L. España. <http://www.observatorio-rse.org.es/Publicaciones/metodologiarse2006.pdf>

Perdiguero, Tomas. y García, Andrés. (2005). **“Observatorio de la Responsabilidad Social Empresarial”**. Artículo en Línea. Disponible <http://www.observatorio-rse.org.es/Publicaciones/metodologiarse2006.pdf>

Reyno, Manuel (2006) **“Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva”** Trabajo de Grado para optar al título de magíster en Gestión Empresarial.

Rodríguez, Rossany y Rondón, Jeimy (2012) **“Propuesta de Estrategias de Inversión Social para el Cumplimiento de los Principios de la Responsabilidad Social Empresarial Caso: Federal Mogus de**

**Venezuela, C.A**". Trabajo de Grado para optar al título en Licenciado en Contaduría. Universidad De Carabobo., Bárbula.

Ronda, Guillermo (2002) **"Un Concepto de Estrategia"** Artículo en Línea. Disponible <http://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>

Seijo, Cristina y Ávila, Maritza **"Valores Éticos y Responsabilidad Social Empresarial una plataforma gerencial en Universidades Privadas"** Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Administración. Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Maracaibo

Venemcham (2006) **"Compromiso y Responsabilidad Social de la Empresa privada de Venezuela"**. Alianza Social

Vives, Antonio y Peinado, Estrella (2011) **"La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina"** Artículo en línea. Disponible <http://dbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=361a3693>

## **ANEXOS**

Valencia, junio de 2015.

Señores:

**Empresa Objeto de Estudio**

Presente.-

Distinguidos señores:

Unas investigadoras de la Escuela de Relaciones Industriales de la Universidad de Carabobo, Campus Bárbula, se han planteado la realización de una investigación de campo, titulada: **ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR SERVICIOS EN UNA EMPRESA ADMINISTRADORA DE FRANQUICIAS DEL ESTADO CARABOBO**

A tal efecto, han seleccionado a las personas que hoy día prestan sus servicios en la empresa objeto de investigación como muestra a la cual se le aplicara el instrumento diseñado para tal objetivo.

Dado lo novedoso del tema, la importancia de sus objetivos y el interés particular que representa para su Empresa en general la realización y culminación de tal estudio, nos permitimos solicitar se sirvan brindar su más amplio e inmediato apoyo en la fase de aplicación y recolección del cuestionario que se anexa.

En la seguridad de su aprecio por estas actividades, se suscriben de usted.

**Atentamente.**

**Bachilleres de la Escuela de Relaciones Industriales**

**Universidad de Carabobo**

**CUESTIONARIO SOBRE ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR SERVICIOS EN UNA EMPRESA  
ADMINISTRADORA DE FRANQUICIAS DEL ESTADO CARABOBO**

**Presentación**

Cuestionario extraído de DERES dirigido a identificar el estado de la Empresa en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

Las respuestas a este cuestionario son estrictamente confidenciales y permanecerán en el anonimato, es decir, la información suministrada por usted solo será utilizada para los fines propios de esta investigación.

Se espera que usted haga:

- Responder a todas las preguntas; recuerde que los datos son anónimos.
- Dar la respuesta más natural, la primera que le venga a la mente.
- Basar sus respuestas en los aspectos cotidianos de su trabajo
- Al cometer un error tache y escriba su nueva respuesta
- Comprobar que todos los ítems estén respondidos

El completar el cuestionario requerirá aproximadamente de 10 minutos, las opciones de respuestas posibles son SI o No

Les damos las gracias por su cooperación en esta investigación y por responder al cuestionario

## CUESTIONARIO

Información relacionada con las prácticas de RSE.

N°	¿Su Empresa...?	SI	NO
1.	Incluye referencias a la RSE en sus declaraciones de identidad (visión, misión y valores).		
2.	Incluye la RSE en su planificación estratégica.		
3.	Tiene código de ética o de conducta.		
4.	Elabora un reporte social o memoria social (anual o bi-anual).		
5.	Tiene un área o equipo de RSE.		
6.	Tiene una persona dedicada exclusivamente a la gestión de la RSE.		
7.	Involucra al equipo gerencial en los temas de RSE.		
8.	Participa de alguna organización relacionada con la RSE (ACDE, DERES, Red del Pacto Global, Red de Empresas públicas que promueven la RSE, etc).		
9.	Tiene una fundación propia o integra una fundación con otras empresas.		
10.	Promueve y aplica el voluntariado de sus empleados.		
11.	Tiene relación permanente de colaboración con alguna organización social o institución pública (estatal o departamental)		

## **ORIENTACIONES PARA LA APLICACIÓN DEL FORMULARIO DE AUTOEVALUACIÓN**

### **1. Elementos que componen el cuestionario**

El IRSE es un instrumento que facilita la auto-evaluación del estado de avance de la RSE en la empresa. Se apoya en un cuestionario que presenta las siguientes características:

1) Evalúa exclusivamente la existencia y el grado de sistematización de políticas, instrumentos y acciones relacionados con las PRÁCTICAS de RSE. No se utiliza para calificar el nivel o grado de profundidad con que se desarrollan esas prácticas, ya que esto es muy subjetivo y depende del concepto que cada persona tiene sobre la RSE.

2) El formulario incluye 100 PRÁCTICAS. Cada una de ellas se expresa mediante una oración.

3) Estas PRÁCTICAS se organizan en función de los stakeholders a los que están dirigidas. El cuestionario se divide en cuatro capítulos, cada uno de los cuales corresponde a diferentes grupos de stakeholders.

4) Las PRÁCTICAS se evalúan en función de la existencia de ACCIONES y/o de POLÍTICAS referidas a ellas. Las ACCIONES refieren a la aplicación de cada práctica (¿se aplican?). Las POLÍTICAS incluyen las definiciones (criterios, normas) sobre lo que hay que hacer y los mecanismos o herramientas para su puesta en práctica.

5) Para evaluar cada práctica, se utilizan seis categorías de respuesta. Cada categoría de respuesta constituye un NIVEL DE AVANCE superior al anterior. Esas categorías son:

A No realizamos ACCIONES ni tenemos una POLÍTICA.

B Realizamos ACCIONES aisladas, pero no tenemos una POLÍTICA que las incluya.

C Realizamos ACCIONES y estamos en proceso de establecer una POLÍTICA sobre el tema.

D Tenemos una POLÍTICA y comenzamos a alinear las ACCIONES, para que sean consistentes con la misma.

E Tenemos una POLÍTICA, la hemos difundido internamente y hemos alineado a ella la mayoría de nuestras ACCIONES.

F Tenemos una POLÍTICA, a la que están alineadas todas nuestras ACCIONES y que se encuentra integrada a la ESTRATEGIA de la empresa.

## **2. Procedimiento para completar el cuestionario de evaluación.**

Para el llenado del cuestionario se sugiere proceder de acuerdo con los siguientes pasos:

1) Lea con cuidado la oración, procurando entender su correcto significado.

2) Evoque lo que la empresa hace en relación a la práctica allí referida.

3) Considere en términos de ACCIONES y POLÍTICAS lo que la empresa hace.

4º) Repase las categorías de respuesta, avanzando desde la que refiere a menor grado de aplicación (A) hasta la que indica el nivel máximo de aplicación (F).

5º) Seleccione la categoría que, a su juicio, representa mejor el estado de situación actual de la empresa en relación a la práctica considerada.

## NO TODOS LOS INDICADORES APLICAN PARA TODAS LAS EMPRESA

Puede ocurrir que una determinada práctica no tenga sentido o no se adecue al tipo de empresa que está Ud. evaluando. En ese caso señale que la misma no aplica. Para ello, marque la opción NA.

No obstante ello, hay un conjunto de indicadores que aplican a TODAS las empresas. Esos indicadores tienen pintado en negro el casillero que corresponde al NA. En ellos, usted tiene que calificar obligatoriamente a su empresa.

En el caso de los indicadores que Ud. considera que no aplican en su empresa, le sugerimos que redacte una breve explicación de las razones por las que Ud. tiene esa opinión. Para ello cuenta con las hojas tituladas COMENTARIOS Y ACLARACIONES. Las mismas se encuentran a continuación de los indicadores de cada grupo de stakeholders. Esas notas serán de utilidad para la elaboración del feed-back que incluiremos en el informe que le entregaremos sobre su empresa.

### 3. Ejemplos.

Observe la oración siguiente.

N°	EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...	A	B	C	D	E	F	NA
1.	Alinear las definiciones de Visión, Misión y valores de la empresa con su enfoque de RSE.			X				

Supongamos que, luego de aplicar el procedimiento anterior, Ud. llega a la conclusión de que en su empresa se mantiene una vieja definición de visión y misión, que se siente la necesidad de revisarla para alinearla con el

enfoque de RSE, pero que por ahora no es posible hacerlo. En este caso su respuesta debería ser la C.

En cambio, si ya se tiene previsto revisar esa definición, en ese caso su respuesta debería ser la D. Y, si Ud. considera que la definición de visión está alineada con el enfoque de RSE y que, además, esa definición se tiene en cuenta a la hora de diseñar las acciones que componen el plan estratégico, su respuesta debería ser el número F.

Observe ahora la siguiente oración.

N°	EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...	A	B	C	D	E	F	NA
1.	Adoptar sistemas de producción sostenible							X

Si su empresa no hace un uso intensivo de la tierra, el agua, especies en estado salvaje, pesca, silvicultura, minería y otros recursos naturales no renovables, entonces marque en NA.

#### 4. Comparación con años anteriores

El cambio en el significado cualitativo en las categorías de respuesta, implica que las respuestas numéricas a este cuestionario no son comparables con las de los cuestionarios anteriores. Por esa razón, sugerimos hacer la evaluación de este año sin mirar las de años anteriores.

## CUESTIONARIO

### I. ACCIONISTAS

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Alinear las definiciones de Visión, Misión y valores de la empresa con su enfoque de RSE.							
2	Lograr que todo el personal conozca esas definiciones y oriente su comportamiento en función de ellas.							
3	Contar con mecanismos de Gobierno Corporativo (normas, procedimientos, códigos, etc.) que protejan los intereses de los accionistas.							
4	Contar con mecanismos (normas, procedimientos, códigos, etc.) destinados a promover el comportamiento ético en los procesos de toma de decisiones y en la forma de relacionarse con actores internos y externos.							
5	Prever y resolver los eventuales conflictos de interés que puedan surgir.							
6	Informar en forma veraz y oportuna a los accionistas sobre la situación financiera y sus resultados económicos.							
7	Informar en forma veraz y oportuna a los accionistas sobre decisiones de importancia estratégica para la empresa, siempre que no afecte la confidencialidad necesaria.							
8	Evitar que se facilite información privilegiada que beneficie a unos accionistas con menoscabo de los intereses de otros.							
9	Evitar todo abuso de poder en búsqueda de ventajas particulares.							
10	Conocer la opinión de los accionistas.							
11	Asegurar los derechos de los accionistas minoritarios.							
12	Generar para los accionistas unos beneficios justos y acordes con las tendencias del mercado en el que opera la empresa.							
13	Impedir que las decisiones de la empresa pongan innecesariamente en riesgo la inversión (capital) de los accionistas.							
14	Desarrollar un sistema de gestión (planificación, decisiones de inversión, manejo de los costos, mejora de la calidad, gestión del riesgo, etc.) orientado a lograr la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo.							

## TRABAJADORES

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
1	Evitar que las personas sean discriminadas por su edad, género, raza, religión, discapacidad, ideología política, etc.							
2	Evitar el acoso moral, sexual, psicológico, ideológico y de cualquier otro tipo.							
3	Brindar garantías a los trabajadores que necesiten denunciar situaciones personales que consideran injustas.							
4	Formar a los trabajadores en los valores de la empresa.							
5	Informar a los trabajadores sobre asuntos relevantes y pertinentes que los afectan o que puedan afectarlos.							
6	Informar adecuadamente a los trabajadores sobre sus derechos y obligaciones.							
7	Controlar que los proveedores de personal subcontratado cumplan con la legislación laboral y respeten los derechos de sus trabajadores.							
8	Mantener un buen relacionamiento y un diálogo transparente con el sindicato que representa a sus trabajadores.							
9	Prevenir accidentes de trabajo y enfermedades profesionales, más allá de las exigencias legales.							
10	Capacitar en seguridad y salud laboral a los trabajadores.							
11	Ofrecer la mayor estabilidad laboral posible a sus trabajadores.							
12	Promover y facilitar el entrenamiento, la capacitación y el desarrollo profesional de sus trabajadores en todos los niveles de la empresa.							
13	Brindar oportunidades de desarrollo de una carrera funcional dentro de la empresa.							
14	Evaluar el desempeño de los trabajadores.							
15	Reconocer y/o premiar el buen desempeño de los trabajadores.							
16	Promover el trabajo en equipo, la participación, el involucramiento y el sentido de pertenencia de los trabajadores.							
17	Evaluar la satisfacción de los trabajadores.							
18	Capacitar y/o reubicar a los trabajadores dentro de la empresa, cuando se introducen cambios tecnológicos u organizativos, a los efectos de minimizar los despidos u otros impactos negativos sobre ellos.							

## II. TRABAJADORES (CONT)

EXISTEN ACCIONES Y/O POLÍTICAS DESTINADAS A...		A	B	C	D	E	F	NA
19	Brindar apoyo a los trabajadores despedidos o con finalización de contrato, para que se puedan reinsertar en el mercado laboral.							
20	Ayudar a los trabajadores con problemas de adicciones (alcohol, tabaquismo, drogas, etc.).							
21	Promover la vida saludable entre sus trabajadores.							
22	Facilitar el adecuado balance entre vida laboral y familiar de sus trabajadores.							
23	Promover un adecuado clima laboral y de relación dentro de la empresa.							
24	Brindar facilidades y beneficios adicionales a los establecidos en la ley para los casos de embarazo y maternidad.							
25	Ofrecer al personal subcontratado algunos beneficios y/o capacitación similares a los que tienen los trabajadores de la empresa.							
26	Pagar remuneraciones por encima de los mínimos legales.							
27	Hacer participar a los trabajadores de las utilidades de la empresa.							
28	Brindar beneficios en materia de salud, educación o acceso a la vivienda.							
29	Tratar de evitar que las reducciones de costos se realicen por la vía de despidos y suspensiones.							