



UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CAMPUS BÁRBULA



**PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE  
VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO  
MASIVO**

**Autoras:**

Castillo. P. Elizabeth. M, C.I: 18.612.685

Matute. R. Eleine. E, C.I: 19.173.505

**Línea de Investigación:**

Gestión de Personas

**Tutor:**

Gladys Hernández

Bárbula, Mayo 2013



UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CAMPUS BÁRBULA



**PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE  
VOLUNTARIADO CORPORTIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO  
MASIVO**

Trabajo de Grado Presentado para Optar al Título de Licenciadas en  
Relaciones Industriales

**Autoras:**

Castillo. P. Elizabeth. M, C.I: 18.612.685

Matute. R. Eleine. E, C.I: 19.173.505

**Línea de Investigación:**

Gestión de Personas

**Tutor:**

Gladys Hernández

Bárbula, Mayo 2013



UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CAMPUS BÁRBULA



Ciudadana

**Prof. Nerza R. de Polanco**

**Directora de la Escuela de Relaciones Industriales**

Presente-

Quien suscribe, Prof. Gladys Hernández, hago constar mediante la presente, que aceptó la tutoría del **Trabajo de Grado** titulado: **“PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO”**, presentado por las bachilleres: **Castillo Elizabeth**, titular de la cédula de Identidad número **18.612.685** y **Matute Eleine**, titular de la cédula de Identidad número **19.173.505**, con el cual aspiran optar al título de Licenciadas en Relaciones Industriales.

En Valencia, a los 24 días del mes de Octubre de 2012

**Atentamente**

---

**Prof. Hernández Gladys**  
**C. I. 7.174.605**



UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CAMPUS BÁRBULA



### APROBACIÓN DEL TUTOR

Quién suscribe, Lic. Hernández Gladys, hace constar que el Trabajo de Grado, titulado: **“PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO”**, presentado por las bachilleres: **Castillo Pacheco, Elizabeth Mayela, Cedula de Identidad número 18.612.685 y Matute Rincón, Eleine Estefanía, Cedula de Identidad número 19.173.505**, como requisito parcial para optar al título de Licenciadas en Relaciones Industriales, cumple con los requisitos de forma y fondo para su presentación y discusión según lo establecido en la normativa sobre Proyectos de Investigación y Trabajos de Grado de los alumnos de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo.

En Valencia, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ de 2013

---

**Prof. Hernández Gladys**  
**C. I. 7.174.605**



UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIAL  
CAMPUS BÁRBULA



**VEREDICTO DEL JURADO**

Nosotros, integrantes del jurado designado para la evaluación del Trabajo Especial de Grado titulado:

**PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE  
VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO  
MASIVO**

Presentado por los bachilleres:

**CASTILLO, Elizabeth                      C. I. 18.612.685**

**MATUTE, Eleine                              C. I. 19.173.505**

Para optar por el título de Licenciado en Relaciones Industriales, estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como \_\_\_\_\_ . En Bárbula, a los \_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año 2013.

<b>Coordinador(a)</b>	<b>Principal</b>	<b>Tutor (a)</b>
_____	_____	_____
Nombre y Apellido	Nombre y Apellido	Nombre y Apellido
_____	_____	_____
Cédula de Identidad	Cédula de Identidad	Cédula de Identidad
_____	_____	_____
Firma	Firma	Firma

## DEDICATORIA

*A dios todo poderoso y a la santísima virgen por ser mi luz, mi camino y apoyo y darme la fuerza, la capacidad de lograr todo lo que tengo y he alcanzado, ellos quienes han sido mi sabiduría a lo largo de toda mi vida y ayuda alcanzar cada una de mis metas y sueños.*

*A mi madre Rosa y mi hermana Brigitte, por toda su confianza puesta en mí, ellas quienes han sido mi mayor apoyo con sus consejos, valores y virtudes los que me han ayudado a seguir mis sueños.*

*A mi padre, por darme todo su apoyo y ayudarme en superar mis metas y lograr cada uno de mis sueños.*

*A Diosa de Jurado (Mamima) y Benito Jurado (papi), quienes me han brindado su apoyo a lo largo de toda mi vida y han sido pilares importantes en mi enseñanza y valores. A quienes agradezco muchas cosas.*

*A Geraldine Jurado, a quien quiero como una hermana, ha puesto su confianza en mí y brindarme todo su apoyo, gracias a ella por su dedicación, comprensión y ayuda incondicional en mi vida.*

*A Luis Gerardo Costero (primo), a quien quiero mucho, quien más que mi primo es mi hermano mayor, a quien admiro inmensamente y es mi ejemplo a seguir, ya que a pesar de las dificultades ha logrado superar todos los obstáculos y lograr todas sus metas hoy en día.*

*A mi tía victoria y María Andreina Bello, quienes agradezco sus consejos y su apoyo a lograr cada una de mis metas y sueños.*

*A mi abuela y madrina Elizabeth de Perdomo, ha sido una gran amiga que me ha apoyado a lo largo de mi vida.*

*Castillo Elizabeth*

## DEDICATORIA

*A Dios todo poderoso, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.*

*A mi madre, por confiar en mí en todo momento, por ser el pilar fundamental de mi vida y darme todo su amor desmedido.*

*A mi padre, que me cuida desde el cielo y me acompaña con su espíritu en el camino que transcurro.*

*A Alex hermano, eres la columna que me sostiene y mi claro ejemplo a seguir.*

*A Carlos hermano, por tu incondicionalidad y apoyo, mi compañero leal y cómplice de mis sueños.*

*A Mari cuñada, amiga constante y compañera fiel.*

*A Carlos Manuel sobrino, luz de mi vida, porque el más grande amor, lo conocí con tu llegada a mi vida, mi pequeño travieso.*

*Matute Eleine*

## **AGRADECIMIENTOS**

*A dios todo poderoso y el espíritu santo, por brindarme su luz, apoyo y sabiduría.*

*A mi madre y mi hermana, por ser mis amigas y mi mayor apoyo a lo largo de mi carrera.*

*A mi padre, por ser un gran apoyo en el cumplimiento de mis metas y sueños.*

*A mi primo Luis Gerardo costero, quien ha creído en mí y me ha apoyado a lo largo de mi vida y mi carrera.*

*A mi compañera de tesis, por estar en cada momento y brindarme su amistad sincera, sus consejos y su apoyo.*

*A mi tutora Gladys Hernández, por guiarnos a lo largo de nuestro proyecto y encaminarnos en todo momento.*

*A la Universidad de Carabobo, institución que me brindo la oportunidad de realizar mis estudios como Licenciada en Relaciones Industriales y la cual me ha brindado a través de los profesores todos los conocimientos necesarios para mi carrera como profesional.*

*A la empresa, por abrirnos sus puertas; y por toda la colaboración prestada.*

*Castillo Elizabeth*



## **AGRADECIMIENTOS**

*A Dios, por darme la confianza y sabiduría necesaria.*

*A mi madre, por ser mi aliada y compañera inseparable.*

*A mi padre, por darme todo tu amor en vida y dejar tu esencia prendida en mí, después de irte a mejor vida.*

*A mis hermanos, por ser ejemplos a seguir y apoyarme sin medida en esta meta.*

*A mi cuñada por completar mi familia y ser buena compañera.*

*A mi sobrino, por regalarme con tu presencia, lo bello de la vida.*

*Tutora Gladys, por ser guía de aprendizaje.*

*A la Universidad de Carabobo, por ser tierra fértil para las semillas de aprendizaje.*

*Matute Eleine*



UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CAMPUS BÁRBULA



## **PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO**

**Autoras:** Castillo Elizabeth

Matute Eleine

**Tutora:** Hernández Gladys

**Año:** 2013

### **RESUMEN**

El presente estudio tuvo por objeto determinar la participación del personal en el programa de voluntariado corporativo en una empresa de consumo masivo, con la finalidad de incrementar la participación en las actividades del PVC. El voluntariado es una acción de la RSE, la cual comprende la integración y participación de los trabajadores, de manera voluntaria, es decir, que surge de ellos en formar parte de las actividades del PVC. La investigación tuvo como objetivos específicos primero: Describir el programa de voluntariado; segundo: Identificar la percepción que tiene el personal de gestión de gente sobre el PVC; tercero: Determinar aspectos que obstaculizan la participación del personal de gestión de gente en el PVC; cuarto: Definir acciones dirigidas a incrementar la participación del personal de gestión de gente en el PVC. Dicho estudio se desarrollo bajo una investigación descriptiva, con un enfoque cuantitativo; utilizándose como técnica de recolección de datos una encuesta y como instrumento un cuestionario de tipo escala de Lickert con un número de cuarenta y cuatro (44) afirmaciones, el cual buscan dar respuesta a los objetivos de la investigación, aplicada a una muestra de once (11) personas que representan al personal corporativo del departamento de Gestión de Gente de la empresa objeto de estudio; teniendo como conclusión que a pesar de que dichos trabajadores conocen las actividades desarrolladas por el PVC, poseen valores para ser voluntarios, se identifican un conjunto de elementos que actúan como barrera a la participación en el PVC, como lo son, la presencia de una persona encargada en fomentar su participación, el desconocimiento de la programación de las actividades, la indisponibilidad de tiempo en los horarios en que se programan las actividades, entre otros. Más sin embargo, son barreras que pueden abordarse por un plan de trabajo, que esté dirigido a esta área, o a las áreas de la organización que posean las mismas características de esta muestra con respecto al PVC.

**Palabras Claves:** Responsabilidad Social Empresarial, Programa de Voluntariado Corporativo, Participación.



UNIVERSITY OF CARABOBO  
FACULTY OF ECONOMICS AND SOCIAL SCIENCES  
SCHOOL OF INDUSTRIAL RELATIONS  
CAMPUS BÄRBULA



## STAFF PARTICIPATION IN THE VOLUNTEER PROGRAM IN A COMPANY CORPORTIVO MASS CONSUMPTION

**Authors:** Castillo Elizabeth

Matute Eleine

**Tutor:** Hernández Gladys

**Date:** 2013

### SUMMARY

The present study was designed to determine the involvement of staff in the volunteer program at a consumer products company, in order to increase participation in the activities of the PVC. Volunteering is an act of CSR, which includes the integration and participation of workers, voluntarily, that arises from them in joining PVC activities. The research was first specific objectives: Describe the volunteer program, and second: To identify the perception of the management staff people on PVC, third: Identify issues impeding the participation of the management of people in the PVC; fourth: Define actions to increase the participation of the management of people in the PVC. This study was developed under a descriptive research with a quantitative approach, used as a data collection technique and an instrument survey questionnaire Likert-type scale with a number of forty-four (44) claims, which seek to answer to the objectives of the research, applied to a sample of eleven (11) persons representing the corporate personnel department People Management Company under study, taking the conclusion that even though these workers know the activities PVC, have values to volunteer, we identify a set of elements that act as a barrier to participation in PVC, such as the presence of a person in charge to encourage participation, the ignorance of the schedule of activities, the unavailability of time in hours that are scheduled activities, among others. Most however, are barriers that can be addressed by a work plan, which is aimed at this area, or areas of the organization that have the same characteristics of this sample with respect to PVC.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Corporate Volunteer Program, Participation.

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
Dedicatoria	vi
Agradecimiento	viii
Resumen	x
Índice General	xii
Índice de Cuadros	xv
Índice de Tablas	xvi
Introducción	xvii
<b>CAPÍTULO I</b>	
<b>EL PROBLEMA</b>	
Planteamiento del problema	20
Objetivos de la investigación	25
Justificación	26
<b>CAPÍTULO II</b>	
<b>MARCO TEÓRICO REFERENCIAL</b>	
Antecedentes	29
Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial Venezolana, dentro del Marco Jurídico Vigente	29
La Responsabilidad Social Interna como estrategia activadora del compromiso organizacional de los trabajadores	30
Participación de los trabajadores en proyectos de voluntariado corporativo en el Marco de la Responsabilidad social en una empresa ensambladora de vehículos	32
Actitud de los trabajadores frente a las actividades de Responsabilidad Social Empresarial, Caso: empresa cervecera	33

Propuesta de un plan estratégico de voluntariado a fin de promover la participación de los trabajadores en la gestión de Responsabilidad Social en Cervecería Polar	34
<b>Bases Teóricas</b>	<b>35</b>
Inicios de la Responsabilidad Social Empresarial	36
Dimensiones de la Responsabilidad Social	38
Marco Normativo de la Responsabilidad Social Empresarial	41
Voluntariado Corporativo como acción del cumplimiento de la RSE	44
Voluntariado	45
Modelos de Voluntariado Corporativo de acuerdo a su impacto social	48
Cuando el Foco esta puesto en el universo de las ONG`s	48
Cuando el Foco esta puesto en el universo interno de la empresa y/o de los voluntarios	49
Cuando el Foco es la generación de valor social al combinar la tres lógicas	50
Variables del Voluntariado Corporativo	51
Formulas y Niveles de Colaboración de los Programas de Voluntariado Corporativo	52
Los modelos, sus formulas más habituales y niveles de colaboración del Voluntariado Corporativo	56
Empresa Objeto de Estudio	58

### **CAPÍTULO III**

#### **MARCO METODOLÓGICO**

Naturaleza de la Investigación	62
Estrategia Metodológica	63
Técnicas e Instrumento de recolección de datos	65
Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos	66
Colectivo a Investigar	67

<b>CAPÍTULO IV</b>	
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS</b>	68
<b>CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	87
<b>LISTA DE REFERENCIAS</b>	91
<b>ANEXOS</b>	
Anexo A: Instrumento	93
Anexo B: Validación de instrumento Prof. Nilda Chirinos	96
Anexo C: Validación de instrumento Prof. Pedro Juan	97
Anexo D: Validación de instrumento Prof. Magda Cejas	98
Anexo E: Coeficiente de confiabilidad Alfa Cronbach	99
Anexo F: Constancia de Confiabilidad	100

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>CUADRO No.</b>	<b>Pág.</b>
1. Marco Regulatorio Nacional e Internacional	43
2. Características y alcances de las personas que hacen voluntariado	46
3. Formulas más habituales de voluntariado corporativo	54
4. Niveles de Colaboración de voluntariado Corporativo	55
5. Conjugación de Modelos, Formulas y Niveles del voluntariado corporativo	57
6. Valores y Principios empresa caso de estudio	60
7. Cuadro Técnico Metodológico	64

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>TABLA No.</b>	<b>Pág.</b>
1. Puntaje asignado a cada una de las escalas de las alternativas de la Escala de Lickert	66
<b>Objetivo 2: Análisis de Percepción</b>	
2. Resultado para el ítem del PVC como acción de la RSE	74
3. Resultado del ítem del PVC (voluntariado-Actividades)	75
4. Resultado del ítem de los valores	76
5. Resultado de ítem Intercambio-Asociación-Relación	77
<b>Objetivo 3: Análisis de Obstaculización</b>	
6. Resultado de ítem del PVC (Voluntariado-Actividades)	79
7. Resultado de ítem de manejo de la información	81
8. Resultado de ítem de los valores	82
9. Resultado de ítem de la alineación de las actividades	83
10. Resultado de ítem Intercambio-Asociación-Relación	84
11. Resultado de ítem de desinterés	85



## INTRODUCCIÓN

Actualmente, las organizaciones empresariales, se encuentran sujetas a los múltiples cambios que demanda el entorno en aspectos legales, económicos, políticos y sociales, para efectos de esta investigación, se hizo énfasis en los ajustes que deben realizar las empresas en el ámbito social, especialmente en lo que a bienestar social se refiere.

De allí, se desprende un conjunto de acciones que se realizan para cumplir con el desarrollo de los actores sociales que son protagonista del mundo laboral, entre estas acciones esta la RSE, concepto que ha sido objeto de análisis, desde a su aparición hasta la actualidad.

Para unos “responsabilidad” significa atender las consecuencias de lo que genera; para otros se trata de responder también a la sociedad por aquello que no se hace y lo que se quiere hacer para contribuir. Para unos “social” está vinculado a la sociedad en forma difusa, para otros se refiere específicamente a la acción voluntaria que realiza la empresa hacia los grupos impactados o involucrados con la empresa. No debería generar diferentes interpretaciones el término “empresarial”, relacionado con la empresa como actor del ejercicio de responsabilidad.

Se han utilizado muchas estrategias para atender la RSE, dentro de ellas figuran las continuas donaciones económicas que las organizaciones realizan a grupo organizados y a comunidades, sin embargo, estas estrategias han evolucionado; actualmente las empresas han incorporado dentro de sus gestiones de bienestar social los Programas de Voluntariado Corporativo, como estrategias para el cumplimiento de las actividades de RSE.

Siendo el voluntariado una respuesta ciudadana a las necesidades de la sociedad, ya que implican la participación activa de voluntarios corporativos, es decir, aquellas personas que promovidas por su empresa realizan acciones de voluntariado en favor de la sociedad, generalmente en su comunidad local, o través de una organización social.

Desde lo anteriormente planteado, emerge el propósito de esta investigación, el cual consistió en analizar la participación del personal corporativo de gestión de gente en el programa de voluntariado, como parte del proceso de RSE de la empresa objeto de estudio.

El Programa objeto de estudio involucra a sus trabajadores en actividades de acción social, las misma se han visto afectadas en la actualidad por poca asistencia y vinculación que tiene el voluntariado de esta área en especifica (gestión de gente) con la participación en actividades a desarrollarse en organizaciones sin fines de lucros o comunidades.

En base a esto la investigación busca determinar las posibles causas que generen la no participación de dicho departamento y en consecuencia definir acciones que incremente la participación de los mismos, estructurando esta investigación de la siguiente manera:

**Capítulo I:** Consiste en el planteamiento del problema identificado en una empresa de consumo masivo, donde se obtuvo de una muestra representativa la no participación en el PVC de un personal en especifico; a su vez se establece el objetivo general, a lo que busca dar respuesta esta investigación, en apoyo de los objetivos específicos de la misma, los cuales también se encuentran en este capítulo, como descomposición para buscar responder al objetivo general; aunado a esto se encuentra la justificación de

la investigación el cual responde a las razones de las investigadoras de realizar este estudio, y su aporte para los actores vinculados al mismo.

**Capítulo II:** Se presentan los antecedentes de la investigación, es decir, estudios realizados en años anteriores, que refuerzan y actúan como guía para la investigación, bases teóricas referentes al esquema de la investigación concernientes a responsabilidad social empresarial, voluntariado, entre otros.

**Capítulo III:** Incluye el marco metodológico que contiene la naturaleza de la investigación de acuerdo a las características de este estudio, la estrategia metodológica la forma en el cual se operacionalizó los objetivos de la investigación, en su búsqueda de respuesta, en el cual se incluye el cuadro técnico metodológico, además de las técnica e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad del instrumento utilizado para recaudar información.

**Capítulo IV:** Contiene el análisis e interpretación de los resultados, una vez aplicado el instrumento, permitiendo así, obtener los datos suministrado por la muestra objeto de estudio, y plantear en este capítulo los razonamientos de las investigadoras

Posteriormente se presenta las conclusiones y recomendaciones sugeridas durante el proceso de desarrollo de investigación.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del Problema**

En los últimos años las organizaciones contemporáneas han modificado sus paradigmas en relación a organizaciones tradicionales del pasado debido a su interacción con el medio que los rodea, transformando su administración jerárquica cerrada a una administración participativa. Ajustándose a las exigencias internacionales, nacionales y locales, donde dirijan sus esfuerzos no solo a lo económico si no a lo social, no solo al enriquecimiento del empresario si no hacia el bienestar y desarrollo del trabajador y su entorno.

En este sentido, las empresas en respuesta a ello y a las demandas económicas, sociales y cultural generan acciones dirigidas a los distintos actores con los cuales interactúa en el día a día, denominados stakeholders (accionistas, trabajadores, proveedores, clientes, gobierno, comunidades), acciones estas que impactan en el bienestar del trabajador y de la sociedad.

Respaldando estas acciones, en lo establecido en el Pacto Global propuesto en 1999 por el Secretario General de Naciones Unidas, Kofi Annan, y puesto en marcha oficialmente en la sede de las Naciones Unidas en julio del año 2000, el cual llama a las organizaciones a adoptar diez principios universales relacionados con los derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y anticorrupción. Funcionando como red creada para difundir una iniciativa destinada a profundizar la cultura de responsabilidad social.

Siendo esta presión no solo a nivel internacional sino también a nivel nacional, el marco legislativo venezolano consagra en cuanto la responsabilidad social empresarial (RSE) en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) lo siguiente:

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 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. (p.44)

Es decir, que el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial no es sólo tarea del Estado, sino que también le confiere obligación a las empresas públicas, privadas y al propio ciudadano para el cumplimiento y ejecución de las mismas.

En Venezuela entre 1940 y 1950 según Pérez y Pérez (2009):

Se comenzaron a hacer esfuerzos relacionados con la responsabilidad social especialmente en las empresas hacia sus trabajadores, al considerarlo como un valor importante en su entorno laboral y social. Anteriormente, las empresas tenían una visión errónea acerca del fin que persiguen estas actividades y no eran tomadas en cuenta basándose en la importancia que realmente tiene para el beneficio de las comunidades y de los trabajadores de la misma, ya que estos son los principales recursos para subsistencia de las empresas, actuando como clientes internos y externos. (p.16)

En opinión de las autoras de acuerdo a lo planteado, la responsabilidad social dirigida al trabajador es de vital importancia para una organización y contribuye en el desarrollo de su talento humano, más sin embargo no hace a las organizaciones exentas de cumplir con la comunidad que los rodea, concordando con la visión errónea a la que hacen referencia los autores, del fin que persigue la responsabilidad social empresarial que es dirigida a la comunidad.

En este sentido, se puede observar que estas posturas actualmente en algunas empresas siguen siendo las mismas a las de aquella década, y se evidencia mediante un estudio estadístico llamado Inversión Social en Empresas Afiliadas a la Cámara Venezolana Americana de Comercio e Industrias (VENAMCHAM): Una Aproximación, realizado con datos del 2007, efectuado en el 2008 y publicado en el 2009 por Sánchez:

De un instrumento aplicado a solo 86 empresas que suministraron información de manera voluntaria de que invirtieron el 83.35% del monto total computado en inversión social, en trabajadores y familiares con énfasis en salud y alimentación. El 13,85% fue dedicado a proyectos de innovación asociados a la LOCTI (Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación) y tan solo 2,80% fue dedicado a las comunidades. En otras palabras, el 90,20% del monto total en inversión social de la muestra fue destinado a iniciativas de carácter legal que son de obligatorio cumplimiento y dirigidos a la vertiente interna de la organización. (p.27)

Dicho estudio refleja que la falta de iniciativas en las empresas para trabajar en pro de la sociedad aun sigue estando ausente, que es más importante el cumplimiento de carácter legal, por el cual podrían ser sancionados las organizaciones, que realizar acciones de mejora y desarrollo a la sociedad en la que forman parte.

En este orden de ideas, la Alianza Social VenAmCham (2004) citado por Cejas y Camejo (2009) plantea que la RSE es:

La conciencia del compromiso y la acción de mejora continua medida y consistente, que hace posible a la empresa ser más competitiva, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes en particular y de la sociedad en general, respetando la dignidad de la persona, las comunidades en que opera y su entorno. (p.74)

Es decir, que no es sólo un criterio de inversión social o extraempresarial; es, ante todo un valor y una filosofía de gestión de una empresa, corporación u organización, adoptado por sus accionistas, directivos y empleados, comprometida con el futuro de la comunidad y el desarrollo de su país. Ya, que la misma supone una concentración de fuerzas y estrategias, esta debe ser adquirida por todos los miembros de la organización, otorgándole importancia al capital y potencial humano que conforman las empresas, en el desarrollo de acciones en materia de responsabilidad social empresarial.

Partiendo de esto, entran en consideración las acciones de cómo ejecutar las actividades de responsabilidad social empresarial, y son las organizaciones las que seleccionan la manera en como ejecutaran su cuota de actividades RSE hacia a la comunidad y hacia qué necesidad enfocaran sus esfuerzos. Las acciones son muchas, validas e importantes todas, no obstante, sin intenciones de minimizar la importancia de las distintas acciones existentes, para efectos de las autoras y de esta investigación tiene total relevancia el voluntariado, no solo como acción para dichas actividades, si no como característica particular de la responsabilidad social empresarial.

En este orden de ideas; dicha acción comprende un gran proceso de integración y participación de los trabajadores, empleados y todos los actores sociales que la misma exige, entendiéndose como participación voluntaria la acción intrínseca que surge de los sujetos de formar parte de estas actividades, compartir e involucrarse; la misma, demanda la presencia de estrategias convencionales, que sean atractivas para los trabajadores y empleados de una organización, obteniendo así la integración y participación en las actividades de voluntariado.

Todo esto lleva a identificar la empresa objeto de estudio, dedicada a la fabricación de bebidas y alimentos de consumo masivo, la cual posee dentro de su estructura organizativa la Coordinación de Voluntariado, cuyo objetivo principal es promover y facilitar la participación de trabajadores, familiares y jubilados en acciones que contribuyan al desarrollo de instituciones, grupos organizados y comunidades. Dentro de las prácticas para alcanzar este objetivo se encuentra El PVC, donde se ejecutan un conjunto de actividades, que se lleva a cabo a través de la participación activa de voluntarios (comité de voluntariado) integrados por trabajadores de la organización; teniendo en cuenta esto, se presenta una situación que genera cierta inquietud para la Coordinación de Voluntariado, como es la no participación de un grupo en específico en las actividades realizadas, que se observo a través de la revisión y comparación de listados de asistencia de las actividades ejecutadas durante el año 2012 y primera actividad del año 2013, información suministrada por la coordinadora de voluntariado, al igual que la solicitud de centrar esta investigación en la participación del personal de gestión de gente en el PVC, de la empresa objeto de estudio.



Sobre la base de todo lo anteriormente expuesto, se plantean las investigadoras las siguientes interrogantes a las que buscan dar respuestas:

¿En qué consiste el programa de voluntariado como parte del proceso de RSE de la empresa caso de estudio?

¿Cómo percibe el personal del área de gestión de gente, el programa de voluntariado, como parte del proceso de RSE de la empresa caso de estudio?

¿Qué aspectos obstaculizan la participación del personal del área de gestión de gente en el programa de voluntariado como proceso de RSE de la empresa caso de estudio?

¿Qué acciones incrementarían la mayor participación del personal de gestión de gente en el programa de voluntariado como proceso de RSE de la empresa caso de estudio?

## **Objetivos de la investigación**

### **Objetivo General**

Analizar la participación del personal de gestión de gente en el Programa de Voluntariado Corporativo, a través de la indagación en los actores involucrados, en una empresa de consumo masivo, con la finalidad de incrementar su participación.

## **Objetivos Específicos**

Describir el programa de voluntariado cómo parte del proceso de responsabilidad social en la empresa objeto de estudio.

Identificar la percepción que tiene el personal de gestión de gente sobre el programa de voluntariado, en la empresa objeto de estudio.

Determinar aspectos que obstaculizan la participación del personal de gestión de gente en el programa de voluntariado en la empresa objeto de estudio.

Definir acciones dirigidas a incrementar la participación del personal de gestión de gente en el programa de voluntariado en la empresa objeto de estudio.

## **Justificación**

En la medida en que las sociedades han evolucionado; las organizaciones también lo hacen y de una manera más acelerada, por lo tanto, estas deben generar estrategias para adaptarse a los cambios que impone el entorno; y poder responder de una manera efectiva las situaciones que se presentan, es por esto que las organizaciones se ven en la necesidad de innovar con mayor frecuencia los sistemas de participación que tienen estas frente a la comunidad ya que las comunidades son un factor clave para el surgimiento y desarrollo de las organizaciones.

Las empresas de hoy en día incluyen dentro de su gestión programas que les permiten tener una mayor interacción con su entorno; realizando actividades de distintos aspectos, que permiten la integración de las comunidades, los trabajadores y sus familiares con las empresas.

Respondiendo a estas necesidades, esta investigación tuvo como propósito analizar la participación del personal del área corporativa de gestión de gente en el programa de voluntariado como parte del proceso de responsabilidad social, con la intención de incrementar la participación activa, por lo tanto será útil para la coordinación de voluntariado de la empresa objeto de estudio, tener identificadas las causas que generen la no participación de este grupo involucrado y así subsanar estos aspectos, para el alcance de los objetivos en cuanto a las gestiones de responsabilidad social empresarial, más específicamente los objetivos del programa de voluntariado corporativo y así lograr una mejor y mayor participación, compromiso y identificación de sus empleados, en las actividades de responsabilidad social, que demande participación voluntaria.

Y desde el punto de vista académico, funcionara de base para el desarrollo de futuras investigaciones que se encuentren relacionadas con el tema, impulsando la continuidad de investigaciones más complejas en el campo de gestión social que generen una relación mutuamente beneficiosa de la organización con las comunidades.

Además, fomentará el avance para impulsar líneas de investigación sobre la influencia de las organizaciones en el desarrollo social, especialmente al Laboratorio de Investigación en Estudios del Trabajo (LAINET), en la línea de Gestión de Personas.

Aunado a esto, para el ámbito de los Relacionistas Industriales les permitirá la inclusión en este tema, al que a pesar de que tiene muchos años, poniéndose en práctica, necesita un reforzamiento para integrarlo en las gestiones de recursos humanos, y sobre todo, en las practicas de integración del personal en las actividades concernientes a la RSE.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

#### Antecedentes de la investigación

Dentro de todo proceso investigativo, se debe recurrir a la indagación y previa revisión de trabajos anteriores que guarden relación con el objeto de estudio, que actúan como guía y base en el proceso de investigación, es por ello que para la presente investigación son de gran utilidad los siguientes antecedentes debido a su previo estudio, facilitando así, información útil para la misma, y funcionando como respaldo su ejecución, ya que se evidencia, los estudios anteriores en cuanto al tema central de esta investigación.

**Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial Venezolana, dentro del Marco Jurídico Vigente.** Trabajo de ascenso presentado por Sierra (2011), para optar a la categoría de profesor asistente, según el estatuto único del profesor universitario. Universidad de Carabobo (Núcleo La Morita). Maracay Edo. Aragua. Esta investigación estuvo orientada a describir los beneficios que tiene para la empresa venezolana la aplicabilidad de la Responsabilidad Social Empresarial, considerando el marco jurídico vigente, con el propósito de indagar detalladamente en el impacto y los resultados positivos que se generan al llevar a cabo operaciones empresariales responsables, de tal modo que el estudio brinde un incentivo a las organizaciones para aplicar la responsabilidad social empresarial como posibilidad cierta de incidir profundamente en la sociedad de la que todos forman parte, fomentando la gestión del cambio a través de práctica de valores, derechos humanos, normas laborales, protección al medio ambiente, y aspectos éticos. La investigación fue enmarcada bajo el enfoque documental, con un nivel de estudio de tipo descriptivo, en este sentido las

técnicas utilizadas fueron: la revisión documental, la entrevista intencional a experto en el área de investigación y el análisis de contenido a través de aplicación del instrumento de la entrevista y la matriz de análisis. Llegando a la conclusión que la aplicabilidad de la responsabilidad social empresarial busca generar cambios en pro de reconciliar los intereses y las necesidades de las distintas partes de manera que todos converjan en una forma de proceder que sea beneficiosa para los actores involucrados de manera simultánea, donde las decisiones y gestiones empresariales plantean siempre una relación equilibrada buscando la sostenibilidad y sustentabilidad de la sociedad.

La misma es de gran aporte para esta investigación ya que actúa como punto de partida, estableciendo los beneficios a las organizaciones de aplicar la responsabilidad social empresarial, sin importar cuales van hacer las practicas o gestiones empresariales utilizadas, pero que persigan una relación equilibrada buscando lo mejor para la sociedad, y donde se centre en una manera conveniente para los distintos actores, sin establecer diferencias en quienes llevan a cabo estos beneficios o quienes la reciben, pero si considerando el papel protagónico de cada uno en el aporte a la cuota de responsabilidad social empresarial.

Castro (2011) en su trabajo de grado titulado **La Responsabilidad Social Interna como Estrategia Activadora del Compromiso Organizacional de los Trabajadores**. Caso de Estudio: Empresa Venezolana de Alimentos, Planta Cereales presentado para optar al título de Licenciada en Relaciones Industriales en la Universidad de Carabobo. Esta investigación tuvo como objetivo determinar el impacto de la responsabilidad social interna como una estrategia activadora del compromiso organizacional de los trabajadores

empresa caso de estudio planta cereales; con el fin de estimar el nivel de relación que tiene la responsabilidad social empresarial con el compromiso organizacional de los trabajadores de la empresa. La investigación desarrollada es tipo cuali-cuantitativo, como técnica e instrumentos de recolección de datos se utilizaron, la revisión documental, encuesta (cuestionario), entrevista estructurada (guía de entrevista). Como muestra un total de once (11) personas las cuales representan los distintos niveles jerárquicos de la empresa caso de estudio, donde se obtuvo como conclusión que efectivamente la planta caso de estudio cuenta con estrategias de responsabilidad social interna, los factores que propician o favorecen el compromiso organizacional son todos sentimientos intrínsecos, el nivel de compromiso organizacional de los trabajadores es elevado y a percepción de los clientes internos de la planta caso de estudio están fuertemente vinculados con la empresa donde laboran.

Para efectos de las autoras, dicha investigación se encuentra relacionada ya que la misma establece que la responsabilidad social empresarial es una estrategia activadora del compromiso organizacional de los trabajadores hacia la empresa donde laboran, y se evidencia en el reflejo de sentimientos internos que los mismos proyectan, lo que alimenta el estudio de las autoras a ratificar la participación y involucración voluntaria que deben poseer los trabajadores no solo con la empresa, si no con el cumplimiento de las actividades de responsabilidad social empresarial, a través de las distintas acciones de ejecución, que demande intervención. Aunque esta investigación a la que se hace mención, se dirige a la dimensión interna de la responsabilidad social empresarial, y la investigación en ejecución a la dimensión externa, no se debe hacer diferenciación entre el compromiso, participación y disposición que de manera voluntaria tengan los trabajadores

de cumplir con las actividades, si de por sí, llevar a cabo estas actividades demanda compromiso, este debe ser reforzado, con los sentimientos intrínsecos que proporcionen los trabajadores.

Meneses (2009) **Participación de los Trabajadores en Proyectos de Voluntariado Corporativo en el Marco de la Responsabilidad Social en una Empresa Ensambladora de Vehículos.** Trabajo de Grado para optar al título de Licenciado en Relaciones Industriales presentado ante la Universidad de Carabobo. El trabajo tuvo como propósito analizar los factores actitudinales que inciden en la participación de los trabajadores en los programas de voluntariado corporativo en el marco de la responsabilidad social de una empresa ensambladora de vehículos. La metodología que adopto fue descriptiva, de campo, con una entrevista como instrumento, de escala tipo Likert, aplicada a una muestra de catorce (14) trabajadores, donde se concluyó con que la falta de participación se debe a que los trabajadores no tienen suficiente información acerca de las ventajas y beneficios del mismo, por lo cual se recomendó fomentar las campañas de información, incrementación el numero de actividades realizadas invitando a todos los empleados con el fin de promover la participación de todos los departamentos para lograr la integración y mayor participación en el programa.

La misma se encuentra estrechamente relacionada con esta investigación ya que al igual que la autora, se trata de indagar en la no participación de cierto grupo de trabajadores en el programa de voluntariado corporativo de una empresa de consumo masivo, además permite considerar la presencia de tres componentes: cognitivo, afectivo y conductual que deben poseer los trabajadores, o cualquier actor social, para formar parte de un programa de



voluntariado corporativo destinado al cumplimiento de las actividades de carácter social.

**Actitud de los trabajadores frente a las actividades de responsabilidad social empresarial. Caso: Empresa Cervecera.** Trabajo de grado presentado por Pérez y Pérez (2009), para optar al título de Licenciados en Relaciones Industriales, ante la Universidad de Carabobo, cuyo objetivo se basó en analizar la actitud de los trabajadores frente a las actividades de responsabilidad social empresarial, con el fin de señalar acciones que permitan una mayor identificación con estas actividades. Dicha investigación se efectuó bajo el carácter descriptivo y de campo, analizando las actitudes en base a los componentes cognoscitivo, afectivo y conductual, donde se pudo evidenciar, a través de la técnica de recolección de datos aplicada, un cuestionario con escala tipo Lickert; a una muestra de sesenta y tres (63) trabajadores del área de envasado, arrojó que los trabajadores tienen una actitud muy positiva frente a las actividades de responsabilidad empresarial que realiza la empresa ya que cuentan con un alto nivel de conocimiento, sienten afinidad por estas actividades y participación activamente, lo que conlleva a que estos trabajadores se sientan identificados con la organización y con las actividades que realizan para el bienestar social integral de sus trabajadores.

La vinculación de este trabajo a la presente investigación, proporciona una visión a las autoras de considerar las actitudes de los trabajadores ante las actividades ejecutadas para el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial, teniendo en cuenta la afinidad y participación que deben poseer en la ejecución de las mismas, estableciendo la vital importancia del capital humano, donde el enfoque humanista resalta, al ser notorio que el trabajador

es pieza clave para lograr los objetivos de las organizaciones, reforzando su relación con la organización, generando actitudes positivas, no solo en la realización de tareas productivas, si no también, generando calidad de vida, para ellos, para sus familias y para las comunidades.

Romero y Rojas (2006) **Propuesta de un Plan Estratégico de Voluntariado a fin de Promover la Participación de los Trabajadores en la Gestión de la Responsabilidad Social en Cervecería Polar**. Trabajo de grado para optar al título de Licenciado en Relaciones Industriales presentado ante la Universidad de Carabobo. Esta investigación se centro en proponer un plan estratégico con la finalidad de promover la participación de los trabajadores en las acciones de responsabilidad social en cervecería polar con el fin de involucrar a los trabajadores en los planes y programas dirigidos al bienestar de la comunidad contribuyendo así con la gestión de responsabilidad social empresarial. El estudio propuesto se adecuó a una investigación de campo, ubicada en un nivel descriptivo. Partiendo de las conclusiones la propuesta del plan consistió en el diseño de las estrategias en tres fases, partiendo de las debilidades y fortalezas detectadas en el análisis de los resultados, la primera fase considera el despliegue del programa de voluntariado, la segunda fase corresponde al diagnóstico comunitario y la tercera fase se centra en la formación de los trabajadores como voluntarios tomando como muestra a ciento veintinueve (129) trabajadores, comprendidos en nómina confidencial, mensual y diaria involucrados en el área de producción de cervecería polar.

Es de referencia esta investigación, a su gran vinculación con este estudio ya que ambas buscan maximizar la participación de los trabajadores

en las acciones dirigidas al cumplimiento de RSE recomendando estrategias que la incrementen.

### **Bases Teóricas**

Las bases teóricas, como siguiente elemento, buscan integrar los temas de análisis que se requieran necesarios; y que respalden la investigación realizada, lo que demuestra, que los temas planteados en esta investigación han sido objeto de estudio por otros autores, y que han proporcionado bases teóricas, después de un exhaustiva indagación y análisis, antes de plantearlas, es preciso acotar, la necesidad que ha surgido en las organizaciones con respecto al tema central de esta investigación, se parte de que la evolución de las organizaciones no ha sido solo a nivel de las actividades y procesos productivos internos, afecta también su entorno, estos incluye el medio ambiente, lo social, lo cultural, y derechos humanos, teniendo una mayor ocurrencia en aquellos segmentos con los que las organizaciones se relacionan habitualmente,

Las organizaciones buscan ser socialmente responsables estableciendo situaciones que sean beneficiosos para la sociedad, además de crear estrategias que generen bienestar social, y a su vez generando una imagen institucional y empresarial, ante la organización y ante la sociedad que recibe los beneficios. Son muchas las estrategias utilizadas por las organizaciones, entre ellas, donaciones económicas a comunidades, creación de infraestructuras con fines sociales para ONG's y la más actual para estos tiempos Los Programas de Voluntariado Corporativo, por ser esta última, el tema central de esta investigación, se partirá de su raíz, abordando los

inicios, dimensiones y el marco regulatorio de la RSE, para luego profundizar en el voluntariado como característica fundamental del PVC

### **Inicios de la Responsabilidad Social Empresarial**

Según Páez (2010), la responsabilidad social empresarial da sus comienzos en el siglo XX, cuando Venezuela se transforma en un país exportador de petróleo en donde las empresas petroleras extranjeras y las nacionales de electricidad y manufactura de origen familiar, realizaron conjuntos habitacionales para sus obreros, espacios educativos y actividades que para la época, no estaban establecidos como acciones de responsabilidad social. Por otro lado, ya ciertos dueños de empresas realizaban contribuciones personales a las organizaciones caritativas de la sociedad. A raíz de los procesos de urbanización que impulsaron la industrialización y consolidación de grupos económicos venezolanos, las empresas generaron servicios sociales para sus trabajadores y se crearon fundaciones de empresarios con proyección hacia la comunidad en temas específicos como salud ciencia y historia educación y desarrollo agrícola como influencia de las fundaciones venidas al país por las empresas extranjeras petroleras.

Es así como la insistencia gubernamental en la organización y desarrollo de la comunidad desde la plataforma del estado llevo a un grupo de empresarios a desarrollar espacios en el terreno de lo social. De allí vino la creación colectiva de varias organizaciones sociales, así como la creación de fundaciones empresariales, fundamentalmente en materia educativa. La respuesta empresarial tuvo razones ideológicas tanto para defender la actuación privada en lo social como para defender la participación de los

nacionales en lo económico. De esta manera se crea la responsabilidad social empresarial en Venezuela.

La responsabilidad social empresarial es definida por la Alianza Social VenAmCham (2004) citado por Cejas y Camejo (2009) de la siguiente forma:

Es la conciencia del compromiso y la acción de mejora continua medida y consistente, que hace posible a la empresa ser más competitiva, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes en particular y de la sociedad en general, respetando la dignidad de la persona, las comunidades en que opera y su entorno. (p.74)

Teniendo en cuenta lo siguiente que la responsabilidad social de una empresa debe ser considerada y orientada no solo la actividad productiva, sino también a la protección de la sociedad que integra su entorno y por ende el país donde este establecida.

Actualmente el tema de la responsabilidad social empresarial reclama y exige a las empresas principios éticos, que apoyen el trabajo voluntario de su personal. La responsabilidad social empresarial mueve a los actores sociales a adoptar conductas éticas caracterizadas por el compromiso activo y libre para resolver los problemas de desarrollo de la sociedad y para construir una comunidad democrática sustentable y solidaria.

La empresa responsable socialmente es aquella que fundamenta su visión y compromiso social en políticas y programas que benefician su negocio e impactan positivamente en las comunidades, en las que opera más allá de sus obligaciones y de la expectativa de la comunidad, es decir, que el compromiso social debe ser asumido por las empresas para privilegiar las

acciones que posibiliten ese impacto positivo hacia los individuos y comunidades en las que se desarrolla su actividad económica. Además también alinea la gestión interna y externa a la legislación vigente; es decir, invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones que se dan en la empresa, en sus trabajadores y la comunidad donde se encuentra.

### **Dimensiones de la Responsabilidad Social**

La responsabilidad social de las empresas se dirige, o pretende dirigirse, a múltiples ámbitos en donde la empresa se mueve o puede tener contacto. Sin embargo, se puede distinguir dos áreas principales de actuación: una es la dimensión interna de la empresa y que abarca todos los aspectos de la misma; y la otra la dimensión externa, de cara con la sociedad en donde se desarrolla y actúa. Según la Comisión Europea. (2001).

Primeramente la en Dimensión Interna de la organización, la responsabilidad social afecta, en primer término a los trabajadores y hace referencia a las de seguridad e higiene en el trabajo, así como la promoción del capital humano y en segundo lugar, promueve la gestión del impacto ambiental, y los recursos naturales.

En el ámbito relativo a sus trabajadores se estudia:

- La Gestión de Recursos Humanos: Entre los desafíos más importantes a los que se enfrentan las empresas es atraer a trabajadores calificados y lograr que estos permanezcan a su servicio. Dentro del tema de la gestión de recursos humanos las empresas deben empezar por ser socialmente responsables en la contratación, en particular las no discriminatorias, podrían

facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas. Al ser socialmente responsables en la contratación se conseguirán los objetivos de lucha contra la exclusión. Igualmente deben permitir el aprendizaje permanente estableciendo las necesidades de formación de sus trabajadores, estar en contacto con las autoridades locales que diseñan los planes de formación, valorar el aprendizaje dentro de la empresa entre otros.

- Salud y seguridad en el Trabajo: Con respecto a este aspecto, se busca cumplir con todas las normas laborales establecidas en este ámbito. Promoviendo la salud y seguridad utilizándolas como condiciones para promocionar los productos y servicios. Estas condiciones pueden considerarse complementarias de la normativa y las actividades de control de las autoridades públicas porque tienen también por objeto la prevención, es decir, el aumento del nivel de salud y la seguridad en el lugar de trabajo.
- Adaptación al cambio: Es evidente que las grandes empresas hacen reestructuraciones buscando ganar competencias y calidad en sus productos pero esto no siempre significa que con las operaciones de reestructuración logren sus objetivos. Reestructurar desde el punto de vista socialmente responsable significa equilibrar y tener en cuenta los intereses y preocupaciones de todos los afectados por los cambios y decisiones, es decir, es importante buscar la participación y implicación de todos los afectados mediante una información y una consulta abierta.

En el ámbito del Medioambiente se estudia:

- Gestión del aspecto ambiental y de los recursos naturales: Hoy en día ninguna empresa duda de la gestión de los recursos naturales, buscando un

menor impacto medioambiental, disminuyendo el consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes, ayuda a reducir el impacto sobre medioambiente. Las empresas deben ser conscientes de que las inversiones hechas en la eliminación de recursos y disminución de insumos y los gastos de descontaminación, son inversiones normalmente ventajosas tanto para la sociedad como para la propia empresa. Por lo tanto el ámbito medioambiental es considerado un marco sólido para el fomento de la responsabilidad social de las empresas.

Como segunda dimensión es la externa en donde la responsabilidad social de las empresas no se limita a su actividad o actuación dentro de sí misma, sino, que implica también su relación con todos sus interlocutores, con los cuales la empresa tiene relaciones, como lo son, las comunidades locales, sus socios comerciales, proveedores y consumidores; así como contribuir al respeto por los derechos humanos.

La externa guarda relación con las Comunidades Locales que son las actividades de una empresa que tiene implicaciones directas en el entorno físico en que está localizada. Muchas empresas se comprometen con la sociedad local a través del ofrecimiento de plazas adicionales de formación profesional, mediante la colaboración directa con organizaciones en defensa del medio ambiente, contratación de personas socialmente excluidas, entre otras.

La relación empresarial con los socios comerciales, proveedores y Consumidores; la empresa debe respetar las normas en materia de competencia, tanto estatales como locales, se pone de manifiesto que las empresas deben ser conscientes, de que sus resultados sociales pueden



verse afectados por las practicas de sus socios comerciales, o proveedores a lo largo de toda la cadena de producción.

Como parte de la práctica socialmente responsable, se espera que las empresas intenten ofrecer de manera eficaz ética y ecológica, los productos y servicios que los consumidores necesitan y desean. La puesta en marcha del principio según el cual los productos se diseñan pensando que pueden ser utilizados por el mayor número de personas posibles, incluidas los consumidores afectados por una discapacidad, es un ejemplo importante de la responsabilidad de las empresas en el ámbito social.

Respeto de los Derechos Humanos no hay que olvidar que si una empresa quiere ser socialmente responsable debe asegurarse de que sus socios, deben respetar los valores fundamentales, para ellos es imprescindible cumplir con los existente códigos de conducta y normas de obligado cumplimiento.

Por lo que respecta a los derechos humanos, es necesario un control continuo de la aplicación y el respeto de los códigos. Dicho control deberá diseñarse y realizarse apegándose estrictamente a las normas y reglas aplicables a las organizaciones y personas que llevan a cabo la denominada "Auditoria Social".

## **Marco Normativo de la Responsabilidad Social Empresarial**

Tomado de un artículo del periódico el nacional escrito por Roberto Denis (2012); nos comenta que de todos los conceptos de Responsabilidad Social Empresarial se desprende algo voluntario; En otras palabras, la responsabilidad social empresarial excede lo legal, las comunicaciones estratégicas y en temas de responsabilidad social empresarial, lo ha resumido de la siguiente forma: "Es un estado de conciencia del impacto, positivo o negativo, en la sociedad, de las decisiones que toman o dejan de tomar los líderes de empresa"; dándonos a conocer también que los marcos legales tienen como finalidad dar solución, garantía y protección de los derechos de las partes afectadas, en las empresas que asumen su compromiso ético como empresa socialmente responsable. A continuación señalaremos en el los fundamentos legales Internacionales y Nacionales (ver Cuadro 1):

## CUADRO 1

<b>Marco Regulatorio Nacional e Internacional</b>	
<b>Declaración Universal de los Derechos Humanos</b>	Es el ideal común que todos los pueblo y las naciones en esforzarse, a fin de que tanto los individuos como las instituciones, promuevan mediante enseñanza y la educación, el respeto a estos derechos y libertades, asegurando por medidas progresivas de carácter nacional e internacional, su reconocimiento y aplicación universal y efectivo, tanto entre los pueblos de los estados miembros como el de los territorios colocados bajo su jurisdicción.
<b>Norma SA 8000</b>	Le concierne únicamente la auditoría sobre derechos humanos y salud asociada a esto, seguridad y los problemas de igualdad de oportunidades.
<b>Norma ISO 26000</b>	Prevé una guía para la responsabilidad social, será de uso voluntario y no incluirá requisitos por lo que no será certificable. Estima comenzar el siglo XXI basándose en un mundo más equitativo y sustentable, incrementando y alcanzando la demanda para la contabilidad social, para monitorear la triple línea de bases y así contribuir a mejorar la vida en el planeta.
<b>Constitución de la Republica bolivariana de Venezuela</b>	Está orientada al ordenamiento jurídico venezolano, cuyo esquema resulta de un alto y inminente contenido social, apegada a las tendencias protectoras del colectivo y garante de los derechos humanos, sociales, civiles y políticos, a la vez que salvaguarda y enaltece estos derechos, establece deberes de responsabilidad social para todos los venezolanos y venezolanas, con lo cual contribuyan no sólo con la defensa de la soberanía y la integridad nacional, el gasto público o la defensa y preservación del desarrollo del país, sino también, con el cumplimiento de los derechos humanos y no menos importante, la obligación que tienen los particulares dentro de sus capacidades, de ser solidarios y responsables con el estado.
<b>Ley del seguro social obligatorio y su reglamento</b>	Tienen como fin salvaguardar a las personas, ante las contingencias de enfermedades y accidentes, sean o no de trabajo, cesantía, desempleo, maternidad, incapacidad total o parcial, invalidez, vejez, nupcialidad, muerte, sobrevivencia y cualquier otro riesgo que pueda ser objeto de previsión social, así como de las cargas derivadas de la vida familiar y las necesidades de vivienda, recreación, formación profesional y otro tipo de necesidad susceptible de ser prevista.
<b>Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo y su reglamento</b>	Abarcan la promoción de la salud de los trabajadores, la prevención de enfermedades profesionales y accidentes de trabajo. El desconocimiento de la ley puede conducir a la que la empresa incurra en multas al incumplir algún aspecto; por su parte, los trabajadores por desconocimiento, pudieran estar desaprovechando la oportunidad de exigir mejoras en sus condiciones de trabajo (higiene y seguridad) y la participación protagónica en el proceso de implementación de la nueva estructura de seguridad y salud laboral implica la ley.
<b>Ley Orgánica de Trabajo y su Reglamento</b>	Rigen las condiciones y relaciones jurídicas derivadas del trabajo como hecho social, teniendo como finalidad amparar la dignidad de la persona humana (el trabajador) estableciendo normas para el mejor cumplimiento de su función como factor, bajo la inspiración de la justicia social y de la equidad.

Adaptación Propia a partir de: Castro (2011)

Para efecto de las autoras, en Venezuela se ha venido impulsando en el sector empresarial el compromiso con la sociedad para lograr el desarrollo sustentable en donde se constituye un puente entre el estado, las

organizaciones de desarrollo social y la empresa, en donde a través de estos se produce un intercambio de las leyes internacionales y nacionales en donde estas juegan un papel importante teniendo como objetivo fortalecer el movimiento de responsabilidad social empresarial en América Latina, mediante el intercambio de conocimientos y experiencias entre las organizaciones participantes y la consolidación de alianzas que contribuyan a la creación de un ambiente favorable a la gestión socialmente responsable en la región; asimismo, sirve para que la organización informe sobre los asuntos de sostenibilidad, a través de una evaluación de su cumplimiento según los principios y de la calidad de la información divulgada relativa al desempeño en sostenibilidad.

### **Voluntariado corporativo como acción del cumplimiento de la RSE**

La participación voluntaria de los empleados en iniciativas sociales redundando en bienestar común para su entorno contribuye a fortalecer las alianzas establecidas con organizaciones sociales y le agrega mayor valor; en el sentido que permite involucrar talentos dentro de la planificación estratégica de la organización.

En el marco de la responsabilidad social, las organizaciones tienen dentro de sus alcances establecer programas de voluntariado corporativo, en tal sentido, en los últimos años en Venezuela, se han venido posicionando los programas de voluntariado. Ello se debe al gran auge que ha tenido los aspectos sociales en el mundo empresarial.

## **Voluntariado**

Shaw (1998) define al voluntariado como:

Todo actor social y agente de transformación que preste servicios no remunerados en beneficio de la comunidad, donando su tiempo y conocimientos, realizando un trabajo generado por la energía de su impulso solidario, atendiendo tanto las necesidades del prójimo y a los imperativos de una causa como a sus propias motivaciones personales (p.5)

Considerando esta definición, el voluntariado es una acción emprendida para brindar ayuda y generar beneficio a los más necesitados sin esperar alguna recompensa, dicha labor puede estar dirigida a emprender acciones en los sectores de salud, educación, recreación, cultura entre otros; también se puede hacer referencia de que la acción voluntaria puede ser desarrollada dentro del ámbito laboral planificando la jornada de trabajo para colaborar y participar en las acciones que emprenda la empresa en materia social o desde la propia motivación del individuo por desarrollar y experimentar ese don de ayuda y compromiso por la comunidad.

En este orden de ideas es preciso señalar las características y alcances de las personas que hacen voluntariado (ver cuadro N° 2)

## CUADRO 2

### Características y Alcances de las personas que hacen voluntariado

Características del Voluntariado	Alcances
<b>Lo hace desinteresadamente:</b>	Esta condición ampara el hecho que la persona no percibe ningún tipo de remuneración.
<b>Es una persona sana psíquica y físicamente:</b>	Esto no significa que una persona con algún problema de salud no puede ser voluntaria, sino que ha de ser más o menos sana y equilibrada. Resulta difícil generalizar: en cada caso habría que valorar la situación concreta de cada persona.
<b>Realiza su trabajo de forma continuada y desde un compromiso con la institución</b>	Si bien no existe relación laboral, si que existe un compromiso, donde son imprescindible la constancia y la responsabilidad.
<b>Es una persona responsable en todos los ámbitos de la vida</b>	La persona que realiza un voluntariado lo hace después de haber respondido a sus obligaciones familiares, laborales, sociales, etc.
<b>Tiene un espíritu crítico y es consciente de que trabaja por un mundo más justo y solidario.</b>	La persona voluntaria se informa y tiene interés por conocer los problemas sociales, sus causas y tiene presente un modelo de sociedad diferente. Esta visión global es la que le permite tener presente todas las dimensiones de las situaciones.
<b>Esta dispuesto a iniciar procesos personales, a dejarse interpelar porque el voluntariado no es unidireccional, sino bidireccional.</b>	Todas las personas implicadas han de estar dispuestas a dar y recibir, a compartir y a crecer.
<b>Trabaja en el marco de una institución o grupo organizado.</b>	En el marco de un proyecto, unos objetivos, comportamiento con otras personas. Siempre han existido y existirán, buenas personas que ayudan y alivian las situaciones de los que tienen más cerca, pero para hablar de voluntariado es necesario que estén dentro de una asociación, fundación, grupo, aunque no es limitante.

Fuente: Organización no gubernamental para la cooperación con América Latina y África, en la evangelización y el desarrollo (2009)

En este sentido, es indudable que el voluntariado social ha sido un gran beneficio para la sociedad, donde todos los agentes implicados han ganado, los ciudadanos voluntarios, las entidades sociales y los ciudadanos usuarios receptores de la acción voluntaria; el voluntariado para Ramón (2007) en su artículo voluntariado corporativo tiene como beneficios esenciales:

Para la empresa:

- Contribuye a crear un “clima emocional” positivo en la empresa: dirección y trabajadores comparten unos objetivos solidarios comunes.
- Generan una alianza nueva, basada en la solidaridad entre la empresa y sus empleados.
- Familiariza a los empleados con la política y/o acciones de proyección social de la empresa, los identifica con ella.
- Mejora el clima organizacional dentro de la empresa y Fomenta una visión más integral de la empresa.
- Fortalece el vínculo entre la empresa y la comunidad con la que se relaciona.

Para las entidades Sociales:

- Generan alianzas con el sector empresarial que pueden ir más allá de una colaboración puntual con la empresa.
- Suponen una vía innovadora de captación de voluntariado.
- Ayudan a cumplir mejor el objetivo de la entidad.

Para los trabajadores de la empresa:

- Favorece espacios de trabajo donde la comprensión mutua y respeto son la prioridad.
- Permite incorporar en el ambiente laboral aspectos como la solidaridad, que normalmente están vinculados al ámbito personal.
- Supone un espacio diferente donde se tratan aspectos que normalmente el trabajo ordinario no permite.

Para la comunidad local:

- Supone una nueva forma de relación entre la empresa y la sociedad, ya que los empleados se implican en necesidades comunitarias.
- La sociedad recibe de la empresa un retorno a través de la acción voluntaria y genera un sentimiento de proyecto social común.

### **Modelos de Voluntariado Corporativo de acuerdo a su impacto social**

Es posible caracterizar los programas de voluntariado corporativo (PVC) de acuerdo con el foco de atención de estos, es decir atendiendo a la finalidad que resulten prioritarias en el conjunto de objetivos perseguidos por un PVC, desde esta perspectiva son cuatro los modelos que pueden identificarse, según Calvet y otros (2012):

Entidad de iniciativa social y fines humanitarios, que son independientes de la administración pública y que no tienen afán lucrativo, su finalidad es mejorar aspectos de la sociedad basados en el voluntariado

### **Cuando el foco esta puesto en el universo de ONG´s**

A partir de esta perspectiva, entra la ONG´s en consideración entendiendo como, entidades de iniciativa social y fines humanitarios, que son independientes de la administración pública y que no tienen afán lucrativo, su finalidad es mejorar aspectos de la sociedad basados en el voluntariado, éstas pueden ser conocidas como: Fundaciones, Asociaciones, Cooperativas entre otras.

Algunos modelos están más orientados hacia el universo externo de las empresas, focalizando actividades e impacto en el ámbito que es propio de las ONG´s (Organización no Gubernamental) y las comunidades donde se realiza el voluntariado. Son los denominados **modelos filantrópicos-**



**asistenciales**, cuyo objetivo principal es prestar asistencia a la comunidad. Estos modelos pueden ser además, de carácter más o menos asistencialista según el grado de madurez de la propuesta; esto es, según la elaboración que se ha hecho del concepto de responsabilidad y acción social desde la empresa, con frecuencia mano a mano con las organizaciones no lucrativas con las que se colabora.

En este sentido es importante destacar, que a menudo son las ONG's las que ayudan hacer evolucionar conceptos y posiciones en la empresa, respecto a su contribución social.

### **Cuando el foco esta puesto en el universo interno de la empresa y/o de los voluntarios**

Este va más orientado hacia el universo interno de la empresa, estando el foco de atención puesto en el beneficio que el voluntariado reporta para la empresa y/o en el grado de implicación y la calidad de la experiencia para los propios voluntarios. Se trata, por una parte de los denominados **modelos comerciales**, cuyo objetivo principal es agregar valor a la empresa, en términos de imagen, de marca de notoriedad entre otros, y por otra parte de los **modelos de desarrollo del capital humano**, cuyo objetivo principal es el desarrollo personal y profesional de los voluntarios mediante el afianzamiento y/o desarrollo de nuevas competencias, habilidades, entre otros. Estos últimos constituyen precisamente una tendencia al incremento, particularmente en aquellas empresas cuyos programas o iniciativas de voluntariado corporativo son impulsada por las organizaciones internamente. De alguna manera parece que las empresas son cada vez más conscientes de las importantes habilidades y competencias que pueden desarrollar las personas (trabajo en equipo, empatía, responsabilidad, igualdad, inteligencia

emocional, entre otros). Al colaborar con organizaciones orientadas a conseguir un impacto social.

### **Cuando el foco es en la generación de valor social a combinar las tres lógicas**

Existen, por último a menos de manera incipiente los modelos que buscan generar valor social a partir de la interacción de las tres lógicas que entran en juego en el voluntariado corporativo, son los llamados modelos estratégicos cuyo objetivo principal es generar valor social mediante soluciones que resultan ganadoras para los tres sectores implicados (las empresas, los voluntarios y las ONG´s), pero sobre todo, para la comunidad. Con esto puede desarrollarse un entorno de confianza y de madurez por parte de las empresas y las ONG´s en relación con la responsabilidad social y la colaboración entre ambas.

Para efectos de esta investigación, se tomara como referencia el modelo de generación de valor social, combinado con las tres lógicas (las empresas, los voluntarios y las ONG`s) ya que la empresa caso de estudio posee como estrategia un programa de voluntariado corporativo en busca de agregar valor social, es decir, generar mejoras en la vida de las personas o de la sociedad en su conjunto, con la conjugación de recursos, procesos y políticas; y es aquí donde entran la ONG´s o comunidades, como receptoras de este bienestar social, y no pueden faltar los voluntarios, en este caso trabajadores internos de la organización, como protagonistas principales de la ejecución del programa de voluntariado. Esta fusión de objetivos de los tres actores, persigue una relación ganar-ganar-ganar, donde las

organizaciones cumplen con su cota de RSE, las ONG's reciben beneficios, y los voluntarios se desarrollan profesional y personalmente.

### **Variables del Voluntariado Corporativo**

Entre las variables más importantes que tipifican el voluntariado según Calvet y otros (2012), se encuentran:

- **La continuidad en el tiempo:** iniciativas puntuales frente a enfoques programáticos de medio o incluso largo recorrido, y el grado de proactividad e implicación de la empresa en su impulso y gestión.

- **Los sectores apoyados:** ámbitos de actuación y/o colectivos apoyados y el grado de focalización de las ONG's o en las necesidades de la comunidad.

- **El grado de implicación de la empresa:** incluye dimensiones como la relación de las iniciativas impulsadas de voluntariado con la actividad principal de la empresa, la inserción institucional de los programas en la política y estrategia de responsabilidad corporativa y/o en la política de recursos humanos.

- **La especialización y capacitación necesaria del voluntariado:** en algunos casos los voluntarios no necesitan poseer una capacitación especial al realizar tareas de acompañamiento, manuales, de apoyo administrativo. En otros casos, en cambio, el voluntariado se orienta a la transferencia de

conocimiento y aplicación habilidades, por lo que es necesaria una especialización determinada.

- **La dimensión presencial o no de las iniciativas apoyadas:** hace referencia al destino de los voluntarios; es decir la alternativa de ofrecer sus servicios en su comunidad local o comunidades que no frecuentan.

- **La participación de los empleados sobre un plano cualitativo:** Más allá de la dimensión cuantitativa, es decir, su grado de implicación en el diseño y la puesta en práctica de los programas e iniciativas de voluntariado, es de ser tomados en cuenta en su proceso, así como también el tiempo de dedicación (pudiendo tratarse de tiempo ocio de los trabajadores, de tiempo cedido por la empresa, o de una combinación de ambas).

### **Formulas y niveles de colaboración de los Programas de Voluntariado Corporativo.**

Existen formulas muy diversas de colaboración, estas se pueden integrar o combinar de diferente manera en función de los objetivos que se plantee la empresa, lo importante es que cada empresa sea capaz de elegir aquellas iniciativas que se adapten mejor a su cultura, capacidades, si bien el reto es, como en cualquier iniciativa de carácter corporativo, alinear las características personales y la experiencia profesional de los empleados voluntarios con dichas actividades para lograr el mayor impacto posible.

Aunado a estas formulas están los niveles de la colaboración en donde está colaboración es entendida como la facilidad de desprendimiento; esto significa ser de espíritu generoso y este sentimiento produce un ambiente de

enriquecimiento, respeto, apoyo y solidaridad situando su atención a las necesidades de la comunidad, de la misma manera que centra su colaboración entre las empresas y la ONG`S, adoptando formas muy variadas y establecidas que estas adoptan, para orientar sus programas de voluntariado corporativo.

Para este objeto de estudio es importante considerar las formulas y niveles de colaboración del voluntariado corporativo ya que la primera busca fomentar la participación de forma puntual o de manera recurrente de las organizaciones y la segunda es, porque si hay algo que existe en torno al concepto del voluntariado, es un potencial para crear un puente de colaboración entre empresas, trabajadores y sociedad.

Dependiendo de las fuerzas a donde se dirijan las practicas del voluntariado, y la participación que esta demande, se despertara en los voluntarios los gestos del espíritu de generosidad, solidaridad y ayuda (colaboración) por otros, tomando en cuenta su alineación con las actividades, su relación con los actores, su mentalidad de ayuda y sobre todo de sus valores como persona. Tal como lo plantea Lemonche (2011) citados por Calvet (2012) en: las formulas más habituales de voluntariado corporativo (Ver Cuadro 3) y los niveles de colaboración (ver cuadro 4).

**Cuadro 3**  
**Formulas más habituales de voluntariado corporativo**

FORMULAS	CONCEPTUALIZACIÓN
Colaboración esporádica, apoyo a campañas y organización de eventos a favor de causas sociales.	Campañas y organización de eventos a favor de causas sociales: En esta modalidad la empresa organiza con una o varias ONG´s actividades para dar a conocer sus causas, proyectos, y así sensibilizar de esta manera a los voluntarios y sus familiares.
Proyectos Puntuales Grupales	Es una de las modalidades que otorga mayor visibilidad a la empresa y se basa en el diseño de proyectos conjuntos de voluntariado que involucran recursos financieros y humanos
Donaciones Conjuntas y apoyo a la participación individual en proyectos de organizaciones, micro voluntariado virtual	<p>Donaciones Conjuntas: En esta modalidad la empresa colabora a través de donaciones materiales con ONG´s con las que sus empleados colaboran voluntariamente o son propuestas por ellos. Lo que permite establecer relaciones más duraderas y amplias al combinar la colaboración de los empleados con los recursos que ofrece la empresa.</p> <p>Apoyo a la participación individual en proyectos de organizaciones: Busca canalizar motivaciones individuales de los empleados a partir de la organización de unidades de trabajo específico.</p> <p>Micro Voluntariado Virtual: Consiste en la realización de pequeñas tareas solicitadas por ONG´s que pueden llevarse a cabo a distancia, sin necesidad de que los empleados voluntarios se desplacen fuera de su lugar de trabajo.</p>
Bancos de tiempo	En esta modalidad los empleados dedican parte de su horario laboral a realizar actividades de voluntariado elegidas por ellos, utilizando una cuota de tiempo que la empresa concede para este fin, el tiempo dedicado por la persona voluntaria esta remunerado como si se tratara de horas de trabajo.
Voluntariado Profesional	En esta modalidad la persona voluntaria aplica sus conocimientos y habilidades profesionales específicos en servicio de una ONG´s estando en la actividad de voluntariado en relación directa con la actividad habitual de la empresa
Cesión de capital humano y excedencia de VC	<p>Cesión de de capital humano: En esta modalidad la empresa cede trabajadores a una ONG´s durante un periodo de tiempo determinado y estos trabajan de una manera temporal pero continua (como si fueran parte de la plantilla de la organización) sin que ello suponga que pierdan la relación laboral con la empresa; resulta muy adecuado para empleados cercanos a la jubilación o para empresas en situaciones de reestructuración.</p> <p>Excedencia de Voluntariado Corporativo: Se trata de una modalidad relativamente nueva que implica liberar al empleado de sus responsabilidades de trabajo por un periodo de tiempo acordado con la empresa, para que pueda incorporarse a un proyecto comunitario con una ONG´s. Durante el tiempo de excedencia, el trabajador puede recibir el salario completo y la garantía e retorno de su puesto de trabajo una vez finalizada la acción comunitaria.</p>

Fuente: Lemonche (2013), citado por Calvet y otros (2012)

**CUADRO 4**  
**Niveles de colaboración de voluntariado corporativo**

Filantrópica	Transaccional	Integradora
<b>Mentalidad de la colaboración</b>		
Las empresas ven la ONG`s como receptoras de recursos económicos bajo una lógica asistencialista y/o de gratitud, mientras que la ONG`s percibe las empresas como simples financiadoras.	Existe una cierta mentalidad de asociación de "intercambio"	Se desarrolla una mentalidad de "nosotros" bajo un enfoque de responsabilidad social en el que las empresas y las ONG`s, tienen una visión integral de generación de valor para sus respectivos grupos de interés y para ciudadanía en conjunto.
<b>Alineación estratégica con la misión y nivel de compromiso</b>		
Se requiere un ajuste mínimo, mas allá del interés compartido por un tema o sector.	Mayor nivel de compromiso y confianza y mayor alineamiento de las misiones y los valores respectivos, existiendo un compromiso por parte del liderazgo de ambas organizaciones.	Abarca todas las aéreas de la empresa y de la ONG`s, bajo una lógica de corresponsabilidad, y toma parte de su misión.
<b>Objetivo de las actividades y ritmo de la interacción</b>		
Objetivos específicos y balance de interacción	El objetivo de la colaboración se amplía siendo menos específico, y aumentando el ritmo de la interacción. La estrategia de difusión suele centrarse en la difusión de la buena imagen de la empresa y en el incremento de la satisfacción de sus clientes y trabajadores.	El objetivo de la colaboración es integral, siendo esta una herramienta estratégica que se planifica y gestiona desde una lógica de trabajo en red.
<b>Valor de la colaboración</b>		
Fundamentalmente, transferencia unidireccional de recursos (financieros o en especie).	Empieza a introducirse una lógica de intercambio de recursos, reciprocidad, abandonándose el paradigma estrictamente unidireccional.	Se basa en unos valores consensuados y en una orientación compartida hacia la justicia, solidaridad y el bien común.
<b>Gestión de la relación</b>		
Generalmente se administra desde la fundación (si existe) o la acción social o asuntos comunitarios, por parte de la empresa; y desde la área de Captación de fondos por parte de la ONG`s, a menudo el contacto es mínimo y se realiza por escrito.	Este tipo de acción requiere cierto nivel de pensamiento estratégico en su planificación, al tener que articular el tipo de intervención en la sociedad con los valores, la misión y los intereses de la empresa, por otro lado la ONG`s plantea su relación con la empresa con una visión más amplia sobre las posibilidades que les puede brindar la colaboración (más allá de la dimensión financiera).	Se persiguen relaciones abiertas y horizontales, determinadas bajo criterios de igualdad, su cultura de cada organización influye en la otra, existiendo relaciones institucionales y personales entre ambas organizaciones. Se intenta generar vínculos de reciprocidad, compartiendo recursos para la ejecución de la colaboración y y se expanden las oportunidades de colaboración y por ende, de participación de los empleados en la relación.
<b>Modalidades (particularmente en materia de voluntariado corporativo)</b>		
Donacion de activos materiales, financiación de iniciativas y microproyectos solidarios, a veces propuestos por los empleados.	Iniciativas de marketing con causa, participación en campañas para contribuir a la recaudación de fondos y colaboración de los empleados.	Convenios con la ONG`s, asistencia pro-bono alineada con la actividad principal de la empresa.

Fuente: James, Austin (2010), citado por Calvet y otros (2012)

## **Los modelos, sus formulas más habituales y niveles de colaboración del Voluntariado Corporativo**

Aun cuando no existe correspondencia exacta entre los modelos y las formulas que suele adoptar el voluntariado corporativo, lo que sí es cierto es que pueden identificarse ciertas tendencias. Unas tendencias que confirman que algunas formulas son más habituales en ciertos modelos de voluntariado, dependiendo de donde se situó el foco de atención.

Un estudio realizado por el Club de Excelencia en Sostenibilidad y la Fundación Adecco sobre el voluntariado corporativo en España 2010, hace mención a que el voluntariado corporativo es todavía un tema reciente, aunque relevante en la agenda de muchas empresas, así como también de muchas organizaciones sin fines de lucro. En este sentido el camino lógico que emprenden las empresas a la hora de poner en marcha estas actividades parece ser el de desarrollar en primer lugar un conjunto de iniciativas que promuevan la sensibilización de sus empleados a favor del voluntariado corporativo, es precisamente a medida que estas iniciativas se van afianzando y maduran en el interior de las empresas y de sus empleados, que se ponen en marcha nuevas formulas para promover la participación que reflejan un mayor compromiso por parte de las empresas y también de sus empleados, dado que comprometen recursos no solo económicos sino también materiales y de tiempo que afectan a la gestión de los recursos humanos.

En este orden ideas, el cuadro 5 intenta recoger y sistematizar, las tendencias y observar las potencialidades y limitaciones de cada una de las formulas, en función a los modelos y los niveles de colaboración.



**Cuadro 5**  
**Conjugación de Modelos, Formulas y Niveles del Voluntariado Corporativo**

<b>Modelos</b>	<b>Formulas</b>	<b>Niveles</b>
Filantrópico-Asistencial Comerciales	Colaboración esporádica, apoyo a campañas y organización de eventos a favor de causas sociales.	Colaboración Filantrópica
Filantrópico - Asistencial Comerciales	Proyectos Puntuales Grupales	Colaboración Filantrópica
Filantrópico - Asistencial	Donaciones conjuntas y apoyo a la participación individual en proyectos de organizaciones, micro voluntariado virtual	Colaboración Filantrópica Colaboración Transaccional
Filantrópico - Asistencial Desarrollo Personal de Voluntarios	Bancos de Tiempo	Colaboración Transaccional
Desarrollo Personal de Voluntarios Filantrópico – Asistencial más evolucionado Estratégicos	Voluntariado Profesional	Colaboración Transaccional Colaboración Estratégica
Modelos Estratégicos	Alianzas, cesión de capital humano y excedencias del voluntariado corporativo	Colaboración Estratégica

Fuente: Lemonche (2011), Citado por Calvet y otros (2012)

Las presentes conjugaciones son de gran aporte para esta investigación ya que permitirá a las investigadoras, alternar y relacionar dependiendo del foco de impacto, la dirección de la participación de las organizaciones y los niveles de colaboración que exige un voluntariado corporativo, la situación existente del programa de voluntariado en la empresa caso de estudio, e identificar según los aspectos planteado su desarrollo en función a ellos.

## **Empresa objeto de estudio**

Es un actor comprometido de desarrollo sustentable y lleva a cabo acciones sociales desde sus diferentes negocios, enfocando parte de su compromiso social en el acercamiento a las comunidades vecinas a sus plantas manufactureras y agencias de distribución en todo el país, con la visión de construir un proceso de crecimiento local y comunitario en conjunto que ayude a desarrollar la localidad como un todo. Para este acercamiento se apoya en la experticia de su fundación y en otras instituciones que conforman su red social; junto a las personas que dedican su trabajo diario al desarrollo de iniciativas sociales y comunitarias, lo que ha sido clave para la ejecución y éxito del compromiso social de la empresa.

La empresa valora en gran medida la creación y desarrollo de alianzas estratégicas en el sector público y privado, para la consecución de los logros y la sostenibilidad. La empresa está convencida de que en lo social no se puede actuar solo, por lo que promueve el acercamiento a organizaciones empresariales, gubernamentales, comunitarias, de desarrollo social y académicas.

Fortalecer el proceso de desarrollo sustentable en las comunidades implica generar capacidades a través de la inversión social de recursos, de manera estratégica y sostenida

### **Misión de la empresa:**

Satisfacer las necesidades de consumidores clientes, compañías, vendedores, distribuidores, accionistas y trabajadores, a través de nuestros

productos y de la gestión de nuestros negocios, garantizando lo más altos estándares de calidad, eficiencia y competitividad, con la mejor relación precio/valor, alta rentabilidad y crecimiento sostenido, contribuyendo con el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y el desarrollo del país.

**Visión de la empresa:**

Desarrollar un portafolio de marcas reconocidas en su calidad, así como sistemas comerciales y de información que nos permitan colocar nuestros productos en la totalidad de los puntos de venta, donde tendremos una presencia predominante. Seleccionar y capacitar a nuestro personal con el fin de alcanzar los perfiles requeridos, logramos su pleno compromiso con los valores de la empresa y le ofrecemos oportunidades de desarrollo.

La organización tiene como sentido contribuir a la calidad de vida diaria de todas y cada una de las personas de quienes hacen vida en la empresa y sus familias, trabajando con pasión aportando el bien de las personas, de las comunidades y del país transformando las dificultades en oportunidades, con que nos relacionamos, enfocados en sus valores y principios (ver cuadro 6)

**Cuadro 6**  
**Valores y Principios empresa caso de estudio**

Valores				
Integridad	Excelencia	Alegría	Pasión por el bien	
<p>Implica ser fiel a las propias convicciones: es hacer lo correcto entendiendo como actuar con honestidad, rectitud, respeto y responsabilidad, cumpliendo con nuestros deberes y obligaciones conforme a nuestra razón de ser, principios y valores. La integridad busca la unidad de la persona entre lo que piensa, dice y hace, de acuerdo con el bien que dicta la conciencia.</p>	<p>Es actuar según los criterios establecidos por la organización como los mejores. En busca del beneficio de todos los grupos relacionados con su actuación. La excelencia implica dedicación, esfuerzo y cuidado en procesos, productos y servicio, en busca de proveer la mejor contribución para el beneficiario.</p>	<p>Es la energía positiva que ponemos en todo lo que hacemos con las personas con quien interactuamos y celebramos nuestros logros. Alegría que se ofrece y se comparte con los productos.</p>	<p>Es el amor, entusiasmo y esmero con el que trabajamos para cumplir con nuestros compromisos. Es busca el bien del otro, compartir y entregarse sin limitar los esfuerzos; siempre y cuando no lesionen a las otras personas ni a quien lo realiza.</p>	
Principios				
Respeto Mutuo	Libertad Responsable	Justicia	Solidaridad	Razón de ser
<p>Demostrar este reconocimiento al cumplir con las normas básicas de cortesía, haciéndole saber a los demás que son tomados en cuenta. Esforzándonos por comprender y utilizar como herramienta el diálogo, para facilitar el acuerdo de objetivos comunes, y promover la construcción de ideas y acuerdos incluyentes.</p>	<p>Debe estar enmarcada en el deber de responder ante los otros. Participamos de ella, creando las condiciones para que las personas puedan tomar decisiones y asumir sus consecuencias; buscando propiciar el dialogo para encontrar la mejor opción que beneficie todos, ampliando perspectivas antes de tomar una acción y realizando exámenes de conciencia, que permitan dar cuenta de las consecuencias, procurando repararlas oportunamente.</p>	<p>Es crear condiciones imparciales para todos al interior de nuestra organización, por lo que debemos consultar a profundidad los documentos, normativas vigentes y contratos laborales (políticas), tomando como base el trato equitativo que reconoce la diversidad y unicidad de las personas; además de procurar obtener información objetiva para facilitar el acuerdo y el diálogo.</p>	<p>Es involucramos activamente en la búsqueda de soluciones, la conservación y el diálogo para comprensión de las distintas expectativas. Fortaleciendo las relaciones de interdependencia con las otras personas, áreas o grupos al mismo tiempo que promovemos el desarrollo integral del equipo de trabajo; también es ir más allá de las fronteras de la empresa y sentirnos parte integrante de las comunidades y del país que queremos. Pensar que todos somos responsables de todos.</p>	<p>Nuestro trabajo está al servicio del bien individual y común, en la medida en que cumplimos nuestros compromisos con los diferentes grupos relacionados y participamos solidariamente con los sectores más vulnerables de la población.</p>

Elaboración Propia

Se puede entender que con estos valores y principios que es posible lograr mayor calidad de vida a largo plazo, cuando una comunidad asume el protagonismo de su progreso; por eso la organización cuenta con una línea de proyectos que promueve la participación con un enfoque sustentable. Dichos proyectos parten de realidades locales y aprovechan las capacidades y oportunidades derivadas de las dinámicas productivas, cuidando el uso eficiente de los recursos naturales de la zona, en donde los resultados se traducen en beneficios sociales, económicos y ambientales.

Para las autoras es importante señalar que la empresa tiene un departamento de coordinación de voluntariado que se encarga de llevar a cabo lo que es el programa de voluntariado en responsabilidad social empresarial; este departamento se desprende de la Coordinación de Bienestar Social, esta representa el compromiso social interno y externo de la organización con cada uno de sus trabajadores; desarrollando acciones responsables para que se dé cumplimiento a la responsabilidad social, cumpliendo junto a ella sus tres ejes de acción que son el trabajador, la familia de sus trabajadores y la comunidad.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **Naturaleza de la investigación**

La investigación tiene diversas formas de clasificarse, se presenta en diversos tipos y modalidades, las cuales se adecuan a las necesidades de cada investigador, luego de haber definido el problema y el marco teórico referencial se incluyó este capítulo que es de vital importancia, donde se establece las especificaciones en las que está enmarcada la presente investigación.

El presente estudio se encuentra enmarcado dentro de las ciencias sociales, y se ajusta a la investigación de tipo descriptiva, que según Tamayo y Tamayo (2008) plantean que:

Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o fenómeno de los procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre como una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente (p.46).

En consecuencia, ya que se busco identificar la percepción del área corporativa de gestión de gente sobre el programa de voluntariado, siendo esta una variable que se observa en los comportamientos de estas personas, posee características que se alinean a un enfoque cuantitativo definido por Hernández y otros (2006) como un enfoque que:

Usa la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para

establecer patrones de comportamientos y probar teorías.  
(p.5)

De esta manera las investigadoras buscaron definir acciones de mejora que incrementaran la participación del personal considerando su postura sobre el PVC como proceso de la RSE, y determinar los posibles aspectos que dificulten esa participación

### **Estrategia Metodológica**

Esta investigación se realizó bajo la estrategia de un cuadro técnico metodológico (CTM), que consistió en la operacionalización de los objetivos específicos uno (1) y dos (2) de la investigación, a lo que también buscaran dar respuesta a los objetivo tres (3) y cuatro (4) de la misma.

Según Pérez y Pérez (2009:97) esta estrategia “Permite ir descomponiendo a partir de los aspectos generales, los elementos más concretos que le permiten al investigador acercarse a la realidad objeto de estudio. Cada uno de los Ítems sirven de insumo al instrumento de recolección seleccionada”.

Entre las bondades del cuadro técnico metodológico está la de agrupar de manera resumida los aspectos relevantes de la investigación, donde se tomaron en cuenta las dimensiones o variables, las cuales están contenidas en cada uno de los objetivos planteados, al igual que los indicadores, ítems, fuentes de información y técnicas o instrumentos de recolección de datos. (Ver cuadro 7)

## Cuadro 7

### Cuadro Técnico Metodológico

<b>Objetivo General:</b> Analizar la participación del personal corporativo de gestión de gente en el programa de voluntariado como parte del proceso de RSE de la empresa caso de estudio, con la finalidad de incrementar su participación.						
<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Dimensión/Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Ítems</b>	<b>Técnica de recolección de datos</b>	<b>Fuente</b>
Describir el Programa de voluntariado como parte del proceso de RSE de la empresa caso de estudio.	Programa de Voluntariado	Conjunto de actividades coordinadas y desarrolladas por trabajadores, familiares y jubilados de manera expresamente voluntaria sin percibir remuneración o retribución económica alguna, diseñada para promover un impacto positivo en instituciones, grupos organizados y comunidades.	Actividades coordinadas y desarrolladas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Objetivo del Programa</li> <li>2. Focos de Atención</li> <li>3. Actividades Desarrolladas</li> <li>4. Comités de Voluntariado</li> <li>5. Estrategias de comunicación</li> </ol>	Revisión Documental	Coordinación de Voluntariado
Identificar la percepción que tiene el personal de Gestión de Gente sobre el programa de voluntariado como parte del proceso de responsabilidad social de la empresa caso de estudio.	Percepción del personal de Gestión de Gente.	Es la manera en que el personal de Gestión de gente percibe el programa de voluntariado.	Conocimiento	Programa de voluntariado como acción de RSE Programa de Voluntariado (Voluntario – Actividades) Manejo de la información sobre el Programa se Voluntariado Corporativo	Cuestionario Estructurado	Personal de Gestión de Gente
			Colaboración	Valores Alineación a las actividades Intercambio / Asociación / Relación Desinterés		

Elaboración Propia



## **Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Las técnicas de recolección de datos, son procedimiento o conjuntos estructurados de actividades mediante las cuales se observan hechos de la realidad, su finalidad es recoger y analizar los resultados de una investigación tal y como señala Rojas y Romero (2006:138) “las técnicas de recolección de datos son las distintas formas o maneras de obtener la información.

Cabe destacar que las técnicas de recolección de datos son todos aquellos procedimientos, actividades e instrumentos que permite obtener la información necesaria para alcanzar los objetivos planteados, en el desarrollo de la investigación.

Para efectos de esta investigación, se aplicó una encuesta como técnica de recolección de datos, con el fin de recabar información acerca de la percepción del personal del área corporativo de gestión de gente sobre el programa de voluntariado como parte del proceso de responsabilidad social empresarial de la empresa caso de estudio. Pérez y Pérez (2009:105) conceptualiza la encuesta como: “Requerir la información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que correspondan con los datos recogidos” esta técnica utilizó como instrumento un cuestionario, Delgado de Smith (2011:284) lo define como “la recopilación de datos que se realizan de forma escrita por medio de preguntas abiertas, cerradas, dicotómicas, por rangos , de opción múltiple” el mismo se basó en un escalamiento de tipo Likert, definida según Pérez y Pérez (2009:106) como: “un instrumento que permite medir actitudes, que consiste en una serie de ítems o frases que han sido cuidadosamente seleccionadas, de forma que constituyan un criterio valido, fiable y preciso

para medir de alguna forma dichos fenómenos sociales” lo que proporcionó a las investigadoras información puntualizada sobre la percepción del personal del gestión de gente acerca del programa de voluntariado.

Es así como se procedió a la elaboración de un instrumento tipo Lickert con 44 ítems en forma de afirmaciones (ver anexo A), que buscaron dar respuesta a la identificación del colectivo con el programa de voluntariado, identificar el conocimiento que tienen sobre ello, y las posible causas que obstaculicen su participación en las actividades desarrolladas por el programa de voluntariado corporativo.

Referente a los antes planteado se propuso una escala de cinco alternativas, en donde se le asigno una puntuación a cada alternativa o respuesta, distribuido de la siguiente forma:

**Tabla 1**  
**Puntaje asignado a cada una de las escalas de las alternativas de la Escala de Lickert**

Alternativa	Puntuación
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

Elaboración Propia

### **Validez y Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos**

Con respecto a la validez del instrumento Hernández y otros (2007:227) expresa que “en términos generales se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” es decir indica la capacidad que tiene el instrumento de dar respuesta a los objetivos

planteados en la investigación, utilizándose el juicio de expertos para la validación del instrumento (ver anexo B, C y D).

En este orden de ideas, no basta con que el instrumento sea validado, también requiere que sea confiable, a lo que se procedió a aplicar una prueba piloto de seis (6) trabajadores tomados de la muestra objeto de estudio, a las cuales se le aplicó el cuestionario estructurado, luego se vació la información de las respuestas en el método del Coeficiente Alfa Cronbach, obteniendo así, una confiabilidad moderada dentro del rango y 0.41 a 0.60 de coeficiente alfa.

Posteriormente se incorporó las respuestas de los juicios de las cinco (5) personas faltantes, para obtener una confiabilidad dentro del rango alto y un coeficiente de 0,67. Por ser una muestra pequeña y finita tiende a existir una variación y manipulación de las respuestas a los juicios, más sin embargo, no deja de ser confiable (ver anexo E).

### **Colectivo a Investigar**

En la presente investigación la unidad de análisis, lo constituyeron las once (11) personas del área corporativa de gestión de gente de la empresa objeto de estudio, por ser una muestra pequeña, finita y fácilmente manejable por las investigadoras. El presente planteamiento se apoya en lo indicado por Hernández y otros (2004: 305) concluyen en que “En las muestras no probabilísticas, la elección de elementos no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación o de quien selecciona la muestra”.

## **CAPÍTULO IV**

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

Una vez aplicada la encuesta a través del cuestionario estructurado, se procedió a analizar e interpretar los resultados, es uno de los capítulos más resaltantes de la investigación, ya que en este punto se registran de forma analítica los resultados obtenidos durante la aplicación del instrumento de recolección al colectivo a investigar. En este orden de ideas, Delgado Colombo y Orfila (2003) afirman que:

El análisis e interpretación de los datos corresponden a la última fase del proceso de investigación y en el mismo se explana todo un conjunto de argumentos tendentes a dilucidar aspectos inherentes al alcance de cada uno de los objetivos propuestos por el sujeto examinador (p.82)

#### **Objetivo N° 1**

En cuanto a esta investigación el primer objetivo específico planteado busca describir el programa de voluntariado como parte del proceso de responsabilidad social empresarial, dicho objetivo se alcanza a través de la revisión documental suministrada por la organización, lo cual permite un mayor entendimiento acerca de lo que consiste el programa voluntariado corporativo.

#### **Programa Voluntariado Corporativo**

Este programa de voluntariado en responsabilidad social nace en el año de 2008 y consisten en un conjunto de actividades coordinadas y desarrolladas por trabajadores, familiares y jubilados de manera

expresamente voluntaria, sin percibir remuneración o retribución económica alguna, y diseñadas para promover un impacto positivo en instituciones, grupos organizados y comunidades.

### ***Objetivo del Programa Voluntariado Corporativo***

Promover y facilitar la participación de trabajadores, familiares y jubilados de la empresa objeto de estudio, en acciones que contribuyan al desarrollo de instituciones, grupos organizados y comunidades.

### ***Focos de Atención y Actividades Desarrolladas***

Cumpliendo con un portafolio de actividades, el programa de voluntariado se ubica en tres focos de acción: educación, ambiente y buen uso del tiempo libre.

**El foco Educación** persigue un fin formativo o informativo, dirigido a beneficiarios de cualquier edad realizándose en conjunto con instituciones públicas o privadas; como lo son escuelas, bibliotecas, centros de formación, casa de la cultura, asociaciones de vecinos y grupos comunales. En donde todas las iniciativas del programa de voluntariado están insertas en el programa *Aprendiendo y Emprendiendo*, dentro de este programa se desglosan las siguientes actividades:

- Talleres de jóvenes emprendedores: se educa e inspira a niños y jóvenes en edad escolar enseñándoles conceptos básicos de economía y formación para el trabajo, valores fundamentales para su desarrollo integral y educación empresarial, contribuyendo así a mejorar su calidad de vida.

- Yo soy el libro: enseña la importancia de la lectura y como promocionarla a través de la animación y de las artes plásticas flexibles esto es dirigido a niños, jóvenes y adultos mayores.

- Cuenta cuentos: esta actividad estimula la capacidad creativa de los niños y niñas de educación inicial a través del relato de cuentos e historias, facilitando la integración y enriqueciendo la capacidad expresiva, incentivando la imaginación y el hábito por la lectura.

- Socios por un día con la comunidad: un joven acompaña a un trabajador durante su jornada laboral en donde el joven participa en todas las actividades que desarrolla en sus tareas cotidianas, la jornada permite transmitir nuestros valores contribuyendo en la orientación vocacional reforzando temas de valor sobre el estudio y contribuyendo así al desarrollo personal de los beneficiarios.

- Charlas temáticas: dependiendo de la experticia presente en los voluntarios de cada localidad estos preparan una charla sencilla dirigida principalmente a niños, niñas y jóvenes en edad escolar.

- Cine foro: el objetivo es promover la discusión y reflexión acerca de una temática específica a través de una película elegida para tal fin.

**El foco ambiente** va enfocado a iniciativas que contribuyan a la conservación ambiental bien sea a través de acciones directas o actividades divulgativas de la importancia de la sostenibilidad y el cuidado de nuestros recursos, todas las iniciativas ambientales del programa de voluntariado están insertas en el programa llamado *Voluntarios por la Tierra*, dentro de este programa se desglosan los siguientes actividades:

- Día mundial de playas: en donde se clasifican desechos sólidos y la limpieza de playas marinas, fluviales y lacustre acá sensibiliza a los voluntarios en el cuidado del ambiente, en donde esta actividad es llevada a cabo el tercer sábado de septiembre de cada año.

- La jornada de reforestación se efectúa la plantación de especies, semillas, plantas y árboles en áreas previamente identificadas.

- Eco Talleres: se sensibiliza y fomenta una cultura de consumo sustentable en las comunidades reforzando el tema de cuidados del ambiente a través de talleres prácticos.

- Rally ecológico: es una actividad recreacional de carácter grupal que tiene como finalidad motivar a los niños, jóvenes y adultos a que se relacionen con su entorno natural sin dañarlo y enseñarlos a influir en él para consérvalos.

**El foco Buen Uso del Tiempo Libre** está orientada a actividades deportivas y recreativas que contribuyen al sano esparcimiento y la generación de espacios para compartir en conjunto con instituciones públicas o privadas, estas iniciativas recreativas y deportivas del voluntariado están insertas en el programa *Crea y Recrea*, dentro de este programa se desglosan los siguientes actividades:

- Festival de Fútbol: en un circuito de actividades organizadas diseñadas para la práctica y entrenamiento de fútbol los beneficiarios comparten un ambiente de alegría y aprendizaje en donde esta actividad genera grandes enseñanzas, contribuyendo al desarrollo integral de quienes participan.

- **Mejoramiento y Acondicionamiento de Infraestructuras:** como son canchas deportivas o lugares recreativos llevándose a cabo el mejoramiento de estos espacios para la comunidad.
- **Pintando Sueños:** consiste en que los voluntarios en conjunto a los niños y niñas realizan un dibujo en el cual cada participante plasma sus ideas con pintura, el tema del dibujo debe ser libre y acordado entre los voluntarios y los niños y niñas.
- **Compartiendo con los Abuelos de la Comunidad:** esto es una jornada recreativa para compartir con adultos mayores o de la tercera edad mediante un circuito de actividades tales como karaoke, baile, bolas criollas, bingo, cartas y domino.
- **Día Olimpiadas Especiales:** es una actividad recreativa con énfasis en la participación familiar y realizada en conjunto con la fundación olimpiadas especiales de Venezuela buscando promover la cooperación entre los participantes y la sensibilización en el trato con personas con capacidades distintas.

Estas actividades de voluntariado en la organización se realizan del brazo con la comunidad con esto se busca iniciativas que apuntan hacia un capital social mucho más robusto basado en la confianza y en donde la relación persona a persona es fundamental.

Para la organización impulsar este programa enriquece a la organización con unos trabajadores comprometidos y es una labor que acompaña los beneficios que otorga la empresa caso de estudio a las comunidades que están ligadas con su actividad productiva, teniendo como objetivo que estos



voluntarios contribuyen con la calidad de vida de las personas y su familia para desarrollar sus capacidades, compartir espacios de interacción y como una oportunidad para el trabajador y su propio desarrollo.

### ***Comité de Voluntarios y Estrategias de Comunicación del Programa de Voluntariado Corporativo***

El Programa de Voluntariado Corporativo se ejecuta a través de comités de voluntarios, conformados por trabajadores de nómina diaria y nómina mensual de la organización, quienes participan voluntariamente en dichos comités. Actualmente la organización cuenta con 135 comités de voluntariado en todo el país por cada localidad de acuerdo al proceso productivo de cada planta. A su vez los comités se dividen en sub-comités, los cuales ejecutan tareas dependiendo de las necesidades de la actividad y alternándose en estas tareas.

Anualmente los comités de voluntariados planifican las actividades que se realiza en cada ejercicio económico, debido a que deben estudiar su disponibilidad financiera para la ejecución de dichas actividades, dentro de esta planificación de determinan los sub-comités y las tareas que deben realizar cada uno de ellos.

Dentro de las funciones del comité de voluntariado está la divulgación de las actividades planificadas de acuerdo al tiempo de ejecución, las estrategias de comunicación utilizadas por ellos son: correos electrónicos, carteleras informativas, y divulgación informal en las áreas de trabajo

## Objetivo N° 2

Identificar la percepción que tiene el personal de Gestión de Gente sobre el programa de voluntariado.

Para efectos de esta investigación el análisis de los resultados del objetivo se realiza mediante las afirmaciones establecidas en el cuestionario estructurado. Los ítems estudiados están agrupados por el indicador (ver cuadro N° 7).

### Indicador: Conocimiento

**Tabla 2**  
**Resultados del ítem PVC como acción de RSE**

N°	Afirmaciones	TA	DA	ND/NED	ED	TD
1	Conozco las líneas de acción del PVC	1	7	3	0	0
2	Identifico como acción de RSE el PVC	3	6	2	0	0
3	Comparto las distintas acciones del PVC que lleva a cabo la empresa como acción de RSE	2	4	5	0	0
	<b>Promedio</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Porcentaje</b>	<b>18</b>	<b>52</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Elaboración Propia

### Análisis:

Se puede observar que el 70% de los encuestados están “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo” respectivamente, con conocer, identificar y compartir el Programa de Voluntariado Corporativo lo cual refleja que más de la mitad de la muestra estudiada reconoce el PVC, como una estrategia que responde al cumplimiento de la RSE. Por otro lado el 30% de la muestra no está ni de acuerdo ni en desacuerdo, es decir, que se muestran indiferentes al planteamiento.

Es de vital importancia el conocimiento que los trabajadores tengan respecto a las estrategias utilizadas para cumplir con la RSE, haciendo

referencia a las conclusiones de Sierra (2011) donde no importa la aplicabilidad de la RSE, es decir, la manera en que esta se lleve a cabo, lo realmente importante es que las gestiones empresariales planteen siempre una relación equilibrada y converjan en que la forma de proceder sea beneficiosa para los actores involucrados, lo que nos lleva a identificar que ese 70% realmente identifica es con el propósito de el PVC.

**Tabla 3**  
**Resultado del ítem PVC (Voluntariado-Actividades)**

N°	Afirmaciones	TA	DA	ND/NED	ED	TD
5	Para colaborar con la sociedad debo primero cumplir con mis obligaciones personales, familiares y laborales.	4	4	3	0	0
6	No es el PVC el único medio, por el que puedo contribuir al bien social.	5	2	0	4	0
7	Considero que debo desarrollar más mis habilidades como voluntario	3	6	2	0	0
8	Pienso que no poseo habilidades para participar en el PVC	2	2	5	1	1
9	Las personas encargadas del PVC me incentivan a participar como voluntario	0	2	3	6	0
10	El pertenecer a la organización no me obliga a participar en el PVC	2	0	1	5	3
12	Me identifico con las actividades del PVC	2	5	4	0	0
13	Me asocio a las actividades del PVC	0	3	6	2	0
15	Muestro interés en participar en las actividades del PVC	0	1	9	1	0
	<b>Promedio</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
	<b>Porcentaje</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>33</b>	<b>19</b>	<b>4</b>

Elaboración Propia

### **Análisis:**

De acuerdo a los resultados expuestos, se identifica que el 43% de los encuestados, perciben el PVC como una acción en la que se identifican, se interesan, consideran tener habilidades e incentivan a su participación en el mismo estando “Totalmente de acuerdo” y “de acuerdo” con lo planteado. Más, sin embargo el 33% de esta muestra es neutral con respecto a estas

afirmaciones, es decir, no se encuentra ni en de acuerdo, ni en desacuerdo. Pero, por otro lado el 23% de los encuestados, no parece sentirse identificados con el PVC, mucho menos considera tener habilidades para participar en el PVC y no han sido influenciados a intervenir en las actividades que el PVC demanda.

**Indicador: Colaboración**

**Tabla 4**  
**Resultados del ítems de los valores**

N°	Afirmaciones	TA	DA	ND/NED	ED	TD
24	Me identifico con los valores y principios de la organización y los tomo como propios para mi desarrollo personal	8	3	0	0	0
25	Me identifico con el valor pasión por el bien ya que tiene afinidad con la ayuda a nuestro semejantes	8	2	1	0	0
26	La solidaridad es involucrarnos activamente con la comunidad, pensando que todos somos responsables de todos	4	4	3	0	0
27	Mi razón de ser esta en el compromiso del servicio del bien común	4	5	2	0	0
<b>Promedio</b>		<b>6</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Porcentaje</b>		<b>54</b>	<b>32</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Elaboración Propia

**Análisis:**

Se presenta que el 86% de los trabajadores –más de la mitad- de gestión de gente toman como propios los valores de la organización, que a su vez forman parte de valores que debe poseer un voluntario, tal como lo establece James (2010), en los niveles de colaboración, donde incluye en el nivel de Integración que un voluntario debe basarse en unos valores consensuados y en una orientación compartida hacia la justicia, solidaridad y el bien común.

Por otro lado tenemos que un 14% se muestra imparcial a estos planteamientos. Sierra (2011) en su trabajo de ascenso, plantea que se debe

fomentar el cambio a través de ciertos elementos, y entre ellos menciona la práctica de los valores, los cuales son de gran importancia, para incidir profundamente en la sociedad, para efectos de las investigadoras son los valores personales y organizacionales, factores determinantes en una persona y más si actúan como voluntarios en un PVC.

**Tabla 5**  
**Resultados del ítem Intercambio-Asociación-Relación**

N°	Afirmaciones	TA	DA	ND/NED	ED	TD
37	Doy a conocer a mis compañeros lo importante que son las actividades del PVC	0	1	7	2	1
38	Las actividades del PVC me han permitido, fortalecer mi compromiso con la sociedad	1	2	7	1	0
39	Participar en el PVC me permite crear y mantener vínculos con mis compañeros de trabajo y personas externas	0	5	6	0	0
40	A través del PVC me relaciono con sectores vulnerables de la sociedad y puedo colaborar con ellos	2	5	4	0	0
<b>Promedio</b>		<b>1</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>Porcentaje</b>		<b>7</b>	<b>30</b>	<b>55</b>	<b>7</b>	<b>2</b>

Elaboración Propia

### **Análisis:**

Un 37% de los encuestados, respondió estar “totalmente de acuerdo” y “de acuerdo” con que reconocen y comparte con sus compañeros sobre las actividades de voluntariado y le permite crear vínculos junto a ellos y la sociedad en donde se imparten estas actividades; sin embargo el 55% (poco más de la mitad), se muestra indiferente a ver las actividades desarrolladas como vínculos de intercambio, asociación o relación ya sean con sus compañeros de trabajo, o con la sociedad a la que ayuden. En tanto el 9% de ellos de manera puntualizada están “En Desacuerdo” y “Totalmente en

Desacuerdo” en ver estas actividades como motivos de relación a su entorno -área de trabajo, sociedad-.

Lo planteado se contrasta con los niveles de colaboración de un voluntario –transaccional y integrador- donde el voluntario debe tener mentalidad de colaboración: es decir mentalidad de asociación y intercambio para efectos transaccional, y para efectos de integración la mentalidad debe ser de “nosotros” observándose como una visión integral de generación de valor, por otro lado estos niveles también establecen ritmos de interacción y gestión de la relación donde se persigan relaciones abiertas y horizontales para crear vínculos de igualdad, reciprocidad y trabajo en equipo.

### Objetivo N° 3

Determinar aspectos que obstaculicen la participación del personal de gestión de gente en el Programa de Voluntariado Corporativo.

Para efectos de esta investigación el análisis de los resultados del objetivo se realizó mediante las afirmaciones establecidas en el cuestionario estructurado. Los ítems estudiados fueron agrupados por el indicador contemplados en el cuadro técnico metodológico.

#### Indicador: Conocimiento

**Tabla 6**  
**Resultados del ítem del PVC (Voluntariado-Actividades)**

N°	Afirmaciones	TA	DA	ND/NED	ED	TD
4	Los encargados del PVC, Organizan eventos que den a conocer el apoyo a causas sociales, y así sensibilizar a los voluntarios y sus familias.	2	3	4	2	0
7	Considero que debo desarrollar más mis habilidades como voluntario	3	6	2	0	0
8	Pienso que no poseo habilidades para participar en el PVC	2	2	5	1	1
9	Las personas encargadas del PVC me incentivan a participar como voluntario	0	2	3	6	0
11	Las personas encargadas del PVC fomenta la participación en las actividades.	0	0	7	4	0
14	Son atractivas las actividades del PVC, y por lo tanto participo	0	1	8	2	0
15	Muestro interés en participar en las actividades del PVC	0	1	9	1	0
	<b>Promedio</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>0</b>
	<b>Porcentaje</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>49</b>	<b>21</b>	<b>1</b>

Elaboración Propia

#### Análisis:

Se observa que el 9% y 20% participan en las actividades propuestas por el PVC ya que les resultan atractivas las actividades, se sienten seguros de poseer habilidades para ser voluntarios, y existen personas que los incentive a participar en las mismas. Sin embargo, también se evidencia que

el 49% de los trabajadores del área corporativa de gestión de gente, están ni de acuerdo ni en desacuerdo, con lo planteado, así como también el 21% y el 1% refleja estar en desacuerdo o totalmente en desacuerdo con lo atractivo de las actividades, y alegan no poseer habilidades para ser voluntarios, o su participación no es fomentada e incentivada por alguna persona encargada del PVC.

En este orden de ideas Lemonche (2011) en las variables del voluntariado establece la especialización y capacitación necesaria del voluntariado que aunque en algunos casos los voluntarios no necesitan poseer una capacitación especial al realizar tareas de apoyo. En otros casos, en cambio, el voluntariado se orienta a la transferencia de conocimiento y aplicación de habilidades, por lo que es necesaria una especialización determinada. Dentro de estas variables también se encuentra la continuidad en el tiempo y el grado de implicación de la empresa, que tienen que ver con el alcance que tenga las organizaciones de impulsar y gestionar estas actividades, que permite acentuar el conocimiento de los trabajadores con respecto a el PVC o a las actividades que realicen para cumplir con la RSE, esto va de la mano, con la inserción institucional de los programas en las políticas y estrategias de responsabilidad, generando un alto nivel de conocimiento de las actividades, y por lo tanto interés en participar.



**Tabla 7**  
**Resultados del ítem Manejo de la Información**

N°	Afirmaciones	TA	DA	ND/NED	ED	TD
16	Las personas encargadas del PVC informan a tiempo las actividades a desarrollar	0	0	6	4	1
17	Carezco de información sobre las actividades a desarrollarse por el PVC	0	7	2	2	0
18	Es accesible la información sobre las actividades del PVC	0	0	4	7	0
19	Visualizo constantemente la planificación de las actividades a desarrollarse por el PVC	0	0	2	9	0
20	No me entero constantemente de la programación de las actividades del PVC	0	3	3	5	0
21	Desconozco los medios de comunicación del PVC para informar sobre sus actividades	0	5	5	1	0
22	Los horarios y días de las actividades del PVC, no están alineados a mi disponibilidad	1	5	3	1	1
23	Desconozco los horarios/programación en el que se realizan las actividades del PVC	1	4	4	1	1
<b>Promedio</b>		<b>0</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>
<b>Porcentaje</b>		<b>2</b>	<b>27</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>3</b>

Elaboración Propia

**Análisis:**

El 29% de los encuestados manejan información acerca del programa de voluntariado (información a tiempo, accesibilidad a la información de las actividades, horarios y programaciones), por otro lado un 33% de los mismos, se muestran indiferentes al manejar esta información, aunado a esto el 37% se encuentran desinformados de la planificación de actividades del PVC.

Se puede Observar el desconocimiento de la información como un obstáculo notable que es posible causa de la no participación de este grupo de trabajadores, ya que al no tener acceso, conocimiento y/o manejar información acerca de estas actividades, menos interés en participar tendrán,

dentro de esto incluye que los horarios y programaciones en las que se ejecutan las actividades no se encuentran dentro de la disponibilidad de estas personas y en caso de que deseen participar, el desconocimiento de cómo hacerlo, es una limitante. En las variables que tipifican el voluntariado esta la participación de los empleados sobre un plano cualitativo donde más allá de la dimensión cuantitativa, es decir, su grado de implicación en el diseño y la puesta en práctica de los programas e iniciativas de voluntariado, es de ser tomados en cuenta en su proceso, así como también el tiempo de dedicación (pudiendo tratarse de tiempo ocio de los trabajadores, de tiempo cedido por la empresa, o de una combinación de ambas).

#### **Indicador: Colaboración**

**Tabla 8**  
**Resultados del ítem de los valores**

<b>N°</b>	<b>Afirmaciones</b>	<b>TA</b>	<b>DA</b>	<b>ND/NED</b>	<b>ED</b>	<b>TD</b>
<b>25</b>	Me identificó con el valor pasión por el bien ya que tiene afinidad con la ayuda a nuestro semejantes	8	2	1	0	0
<b>26</b>	La solidaridad es involucrarnos activamente con la comunidad, pensando que todos somos responsables de todos	4	4	3	0	0
<b>27</b>	Mi razón de ser esta en el compromiso del servicio del bien común	4	5	2	0	0
	<b>Promedio</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
	<b>Porcentaje</b>	<b>49</b>	<b>33</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

Elaboración Propia

#### **Análisis:**

Claramente se observa que el 82% de los trabajadores de gestión de gente poseen valores para ser voluntarios; más sin embargo, el poseerlos no los obliga e incentiva a participar en el PVC, siendo esto una barrera de no

participación en el programa, y un aspecto preocupante ya que existen personas que se quedan solo en las intenciones de querer colaborar con la sociedad más no desarrollan o llevan a la realidad esas intenciones.

**Tabla 9**  
**Resultados del ítem alineación a las actividades**

N°	Afirmaciones	TA	DA	ND/NED	ED	TD
28	Me entusiasman los focos de atención en los que se realizan las actividades del PVC	0	5	6	0	0
29	Aunque conozco las actividades del PVC, no me idéntico con ellas	1	0	7	2	1
30	Me idéntico con las actividades dirigidas al foco ambiente que con los otros	0	2	7	2	0
31	Me idéntico con las actividades dirigidas al foco educación que con los otros	1	2	7	1	0
32	Me idéntico con las actividades dirigidas al foco buen uso del tiempo libre que con los otros	0	4	6	1	0
33	Me identifico con los tres focos de atención en los que se dirigen las actividades del PVC, porque lo importante es colaborar con las comunidades	1	3	7	0	0
34	No me identifico con ninguno de los focos en los que se dirige las actividades del PVC	0	1	6	0	4
<b>Promedio</b>		<b>0</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Porcentaje</b>		<b>4</b>	<b>22</b>	<b>60</b>	<b>8</b>	<b>6</b>

Elaboración Propia

### **Análisis:**

El 26% de los encuestados se sienten alineados a las actividades, es decir, les interesan los focos de atención a donde están dirigidas las actividades del PVC, sin embargo más de la mitad, es decir el 60% de los trabajadores se muestran sin opinión, de acuerdo a la dirección que tengan las actividades. Y el 14% de la muestra encuestada identifican los focos de atención de las actividades del PVC pero están “totalmente en desacuerdo” y “en desacuerdo” en que identificarlos, signifique asociarse o participar en ellos, demostrando no tener alineación a estas actividades.

La alineación de las actividades es un aspecto que incluye los niveles de colaboración propuestos James (2010) donde los voluntarios para el nivel

transaccional implica nivel de compromiso y confianza y mayor alineamiento a las misiones propuestas por el PVC. Y en el nivel integrador abarca que todas las áreas de las organizaciones y por lo tanto las personas que las integran debe estar orientados a una lógica de corresponsabilidad y tomarlo como parte de su misión.

**Tabla 10**  
**Resultados del ítem Intercambio-Asociación-Relación**

N°	Afirmación	TA	DA	ND/NED	ED	TD
35	Es necesario una figura encargada que actúe como vínculo de integración en las actividades del PVC en mi área de trabajo	3	7	1	0	0
36	No existe una persona que promueva mi participación como voluntario en mi área de trabajo	1	5	1	3	1
	<b>Promedio</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
	<b>Porcentaje</b>	<b>18</b>	<b>54</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>5</b>

Elaboración Propia

**Análisis:**

El 73% de las personas encuestas consideran necesitar una figura encargada dentro de su área de trabajo para que esta actúe como un vínculo de integración para las actividades desarrolladas por el PVC, esto se incluye dentro del ítem intercambio, asociación y relación ya que precisamente esta persona buscaría, intercambiar información con ellos, y asociarlos y relacionarlos no solo con el PVC, sino con todos los que la integran. Por otra parte 9% no opinan al respecto se encuentran “ni de acuerdo” ni “en desacuerdo”, pero el 19% opina no necesitar de una figura que promueva o los vincule a las actividades del PVC. Esto representa un gran obstáculo para la no participación al existir la ausencia de una persona que no incentive o fomente la participación o actúe como medio de divulgación para hacer conocer las actividades planificadas.

**Tabla 11**

**Resultados del ítem desinterés**

N°	Afirmaciones	TA	DA	ND/NED	ED	TD
41	Me agrada vincularme con personas que necesitan de mi colaboración	2	5	4	0	0
42	No busco ningún beneficio material al participar en las actividades del PVC	2	8	1	0	0
43	Lo único que espero de participar en el PVC es mi crecimiento personal	6	4	1	0	0
44	Participo voluntariamente en el PVC sin perseguir algún beneficio	4	4	2	1	0
<b>Promedio</b>		<b>4</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>Porcentaje</b>		<b>36</b>	<b>48</b>	<b>18</b>	<b>2</b>	<b>0</b>

Elaboración Propia

**Análisis:**

Como respuestas de las afirmaciones planteadas se obtuvo que el 84% de las personas muestran interés en participar o querer participar en el PVC por compromiso social o colaboración más que por cualquier beneficio económico que puedan recibir, el 18% no tienen nada que opinar al respecto ya que se encuentran “ni de acuerdo” ni “en desacuerdo”, pero un 2% si muestran interés en el beneficio que puedan recibir de esa participación. Una de las características o alcance que debe tener un voluntario es que el voluntario debe participar desinteresadamente, es decir que no percibe ningún tipo de remuneración según lo establece La Organización no gubernamental para la cooperación con América Latina y África, en la evangelización y el desarrollo (2009).

Después de analizar los resultados obtenidos del instrumento de recolección de datos, las investigadoras observa que para ser voluntarios de un PVC, no solo se debe tener una percepción positiva acerca de este

programa, sino poseer características para ser voluntario, aunado a esto Castro (2011) en su trabajo de grado concluye en que “los factores que propicien o favorecen el compromiso organizacional son todos sentimientos intrínsecos”. (p.93), de una manera u otra el pertenecer a una organización, que ejecute este tipo de programas, implica tener compromiso organizacional, y sentirse identificados con las actividades que la misma realicen, sobre todo, si se trata del bien a las comunidades, más sin embargo, esto se encuentra vinculado con el espíritu generoso, con la necesidad de hacer el bien, y con el espíritu colaborador que cada individuo posea. En conjunto con lo antes mencionado, influyen otros factores, y entre estos se encuentra las acciones que se realicen para reclutar o incentivar a estos individuos que internamente poseen estas características, a participar activamente y desinteresadamente en el PVC.

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones:

La empresa objeto de estudio, utiliza como acción para cumplir con la cuota de Responsabilidad Social Empresarial de tipo externo, el Programa de Voluntariado Corporativo, siendo una de las pocas empresas de Venezuela, que aplican esta estrategia que ha sido adoptada de otros países por su eficiencia en cumplimiento. Permitiendo cumplir con el deber y la legislación venezolana y aumentando la filosofía interna de la organización, prometiéndole lazos estrechos y fuertes entre la organización y sus trabajadores.

El PVC en su objetivo busca promover la participación de personas en las actividades planificadas, sin recibir ningún tipo de remuneración, no se establece esto como un obstáculo a la participación, ya que precisamente dentro del espíritu del voluntario, esta participar de manera desinteresada, respaldándose esto, en las características que debe poseer un voluntario, según la organización no gubernamental para la cooperación con América Latina y África, en la evangelización y el desarrollo (ver cuadro 2)

Se identifican, en los resultados obtenidos del instrumento aplicado un conjunto de elementos que actúan como barrera a la participación del colectivo investigado, que se escapan de las acciones de abordaje del PVC, para corregir estas situaciones, ya que consisten en sentimientos intrínsecos que no dependen de las estrategias utilizadas para incentivar la participación, sino del trabajador como tal, “realizando un trabajo generado por la energía de su impulso solidario” según Shaw (1998)

El cumplimiento de las actividades y la participación de voluntarios del PVC ha alcanzado todas las metas con regularidad, no se puede negar que

en algunos aspectos cuenta con la participación constante de trabajadores que conforman las distintas áreas de la organización. Sin embargo, no pueden conformarse con la participación de los mismos trabajadores en todas las actividades, y mucho menos aislar o minimizar la importancia de participación de trabajadores que no asistan regularmente o como es el caso del departamento de gestión de gente, muestra objeto de estudio.

El PVC no es solo una estrategia para cumplir con la RSE, también funciona como herramienta que permite desarrollar el trabajo en equipo entre los trabajadores, afianzar relaciones interpersonales entre ellos, crear un buen clima organizacional y fomenta el desarrollo personal de los trabajadores, además del compromiso con la sociedad, y el sentido de colaboración que responde al bien común.

### **Recomendaciones:**

Una vez analizado todos los elementos que comprende esta investigación y a manera de dar posibles soluciones al problema planteado en el capítulo 1, se sugieren las siguientes acciones:

- 1.** En primera instancia reclutar una persona dentro de las áreas débiles en participación para que funcione, como promotora de participación en las actividades del PVC, dentro de la misma.
- 2.** Realizar campañas informativas que divulguen el objetivo y las causas sociales a las que se dirigen los esfuerzos del PVC, permitiendo así, conocimiento el propósito de este programa.
- 3.** Crear campañas de sensibilización al compromiso social y al bien común y donde se incluyan los trabajadores y sus familiares para la ayuda a las comunidades.



**4.** Realizar actividades que tengan como objetivo desarrollar la filosofía de la organización –valores, principios- a manera de afianzar los mismos y enseñar maneras de demostrar su identificación con la filosofía organizacional.

**5.** Realizar capacitaciones que permitan enseñar el desarrollo de habilidades que puedan utilizarse, no solo para el buen desempeño laboral, sino para ser un voluntario del PVC.

**6.** Que la persona reclutada y seleccionada como encargada de las áreas débiles en participación establezcan un plan de divulgación de la planificación de las actividades. Incluyendo también evidencia de actividades ejecutadas a manera de que las personas visualicen y funcione como atracción a su participación en estas actividades, al sentirse útiles realizando el bien a las personas (comunidades o grupos organizados) que lo necesiten.

**7.** Reforzar los medios de comunicación que transmiten la información acerca de las actividades a ejecutarse o ejecutadas, entre ellos están:

**7.1** Cartelera Informativa.

**7.2** Habladores Informativos, en sitios estratégicos.

**7.3** Publicidad Informativa, en televisores de la organización o lugares estratégicos donde los trabajadores frecuenten y sean de visualización accesibles.

**7.4** Publicaciones en el portal corporativo de la organización.

**7.5** Envío de correos en secuencias.

**7.6** Invitaciones personalizadas a las personas que conforman las áreas débiles de participación, a las actividades planificadas.

**7.7** Buzón de sugerencia, acerca de los horarios en que puedan realizarse las actividades.

**8.** Fomentar la inclusión de los jefes de áreas, en calidad de promotores de la participación del personal que tienen a su cargo en las actividades del PVC.

**9.** Crear dentro del plan de trabajo a ejecutarse para las áreas débiles de participación, actividades puntuales del programa, que les permita impulsar la vocación del voluntario, o que las persona se identifiquen con ellas, y así éstas puedan integrarse en las actividades regulares planificadas por el PVC.

**10.** Crear estrategia de reconocimientos de participación, que agregue valor motivacional a su papel en las actividades del PVC, por ejemplo, publicar imágenes de actividades ejecutadas en lugares visibles, a manera de reconocer a las personas asistentes a las actividades.

Dentro de todas estas sugerencias, se busca recopilar las acciones más convenientes con la intención de cumplir con el propósito del objetivo general de esta investigación, que es el de incrementar la participación, del personal de gestión de gente en el PVC en una empresa de consumo masivo, son acciones que demanda constancia y seguimiento para así obtener buenos resultados.

Aunado a esto, durante la investigación fue inevitable dejar de observar, que parte de este análisis conlleva a aspectos motivacionales y de compromiso que tenga los trabajadores por la organización y por el bienestar de las sociedad, aspectos que no pueden ser desligado, cuando se pone en práctica un PVC en está o cualquier organización.

## Lista de Referencias

Bolívar, Carlos (1998). **Instrumento de Investigación Educativa**. Ediciones CIDERG. C.A. Barquisimeto, Edo. Lara. Venezuela.

Comisión Europea. (2001). Libro Verde: **Fomentar un Marco Europeo para Responsabilidad Social de las Empresas**. Bruselas-España.

Calvet Adrià, Cordobés Mar y Sanz Beatriz (2012). **El voluntariado Corporativo en España: Modelos y Perspectivas del impacto social**. Editorial ESADE. España.

Castro, Dayana (2011). **La responsabilidad social interna como estrategia activadora del compromiso organizacional de los trabajadores. Caso de Estudio: Empresa Venezolana de Alimentos, planta Cereales**. Trabajo de grado. Presentado ante la Universidad de Carabobo. Valencia-Venezuela.

Cejas, Magda. Camejo Armando (2009). La Dimensión Estratégica de la Gestión de los Recursos Humanos en el Marco de la Responsabilidad Social Empresarial. **Observatorio Laboral Revista Venezolana**, (2) 67-87.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999). **Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 36860**. Diciembre 30, 1999. Caracas.

Delgado, Yamile, Colombo, Leyda. y Orfila, Rosmel. (2003) **Conduciendo la investigación**. Caracas,

Delgado de Smith, Yamile (2011). **La investigación social en proceso: ejercicios y respuestas**. Universidad de Carabobo Dirección de Medios y Publicaciones. Valencia.

Deniz, Roberto (2012). **Superar el Marco Legal**. Artículo en línea del diario el Universal: <http://www.eluniversal.com/economia/120806/superar-el-marco-legal>. Consulta: 2013, Enero 26. Venezuela.

Hernández, Roberto; Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (1998) **Metodología de la investigación**. 2da Edición. Editorial Mc Graw Hill. Mexico D.F.

Méndez, Charo (2010). Una Lectura Sociológica del Tema Responsabilidad Social Empresarial desde Venezuela. En Páez, Tomás (comp.) **Responsabilidad Social Empresarial XIX Seminario Internacional**

**Asociación Iberoamericana de Sociología de las Organizaciones** (pp 15-34). Venezuela.

Meneses, Nicol (2009). **Participación de los trabajadores en proyectos de voluntariado corporativo en el marco de la responsabilidad social en una empresa ensambladora de vehículos.** Trabajo de grado. Presentado ante la Universidad de Carabobo. Valencia-Venezuela.

Misante, Miguel (2004). **Voluntariado Corporativo: Guía Práctica para empresas.** Auspicio CODELCO y colaboración del instituto ETHOS. Santiago de Chile.

Navarro. Fernando (2012). **Responsabilidad social Corporativa: Teoría y práctica.** Editorial ESIC. Madrid-España.

Páez, Tomás (2010). **Responsabilidad Social Empresarial: XIX seminario internacional AISO.** Editorial CEC, S. A. Caracas-Venezuela.

Pérez, Atilia. Pérez Luz (2009). **Actitud de los Trabajadores Frente a las Actividades de Responsabilidad Social Empresarial. Caso de Estudio: Empresa Cervecera.** Trabajo de grado. Presentado ante la Universidad de Carabobo. Valencia-Venezuela.

Ramón, Jané (2007). **Voluntariado corporativo: Elementos para un Impulso.** Documento de investigación publicado en línea: [http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/ArticuloIII\\_Edic\\_4\\_5.pdf](http://www.grupcies.com/boletin/images/stories/PDFBoletin/ArticuloIII_Edic_4_5.pdf). Consulta: 2012, Enero 20. Barcelona.

Rojas, Dayana. Romero, Rosa (2006). **Propuesta de un Plan Estratégico de Voluntariado a fin de Promover la Participación de los Trabajadores en la Gestión de Responsabilidad Social en Cervecería Polar.** Trabajo de grado. Presentado ante la Universidad de Carabobo. Valencia-Venezuela.

Sánchez, Yonaide (2009). **Inversión Social en empresas Afiliadas en la Cámara Venezolana Americana de comercio e Industrias (VENAMCHAM): Una Aproximación.** Compendium, Número 23 en línea: [http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista23/Compendium\\_23\\_4.pdf](http://www.ucla.edu.ve/dac/compendium/revista23/Compendium_23_4.pdf) Consulta: 2012, Noviembre 24.

Sierra (2011). **Beneficios de la Responsabilidad Social Empresarial Venezolana Dentro del Marco Jurídico Vigente.** Trabajo de ascenso. Presentado ante la Universidad de Carabobo. Valencia – Venezuela.

Tamayo, Mario (2008). **El Proceso de la Investigación Científica.** Editorial Limosa. 4ta Edición. México.



**Universidad de Carabobo**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Sociales**  
**Escuela de Relaciones Industriales**  
**Campus Bárbula**



**Estimado trabajador:**

Mediante la presente queremos agradecer por adelantado la colaboración prestada por usted y su valioso tiempo empleado para completar el siguiente instrumento de investigación, el cual será de vital importancia en la investigación titulada: “PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO”

**Instrucciones:**

- Lea cuidadosamente el instrumento.
- Debe seleccionar solo un ítem por cada respuesta.
- Este instrumento será utilizado sólo para fines investigativos, su sinceridad y claridad al contestarlo será de gran valor para nosotras.
- La información suministrada por usted será de total confidencialidad.
- **PVC:** Programa de Voluntariado Corporativo
- **RSE:** Responsabilidad Social Empresarial

**Responda utilizando los siguientes términos:**

Alternativa	Puntuación
Totalmente de acuerdo	5
De acuerdo	4
Ni en acuerdo, ni en desacuerdo	3
En desacuerdo	2
Totalmente en desacuerdo	1

<b>PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO</b>		<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1	Conozco las líneas de acción del PVC					
2	Identifico como acción de RSE el PVC					
3	Comparto las distintas acciones del PVC que lleva a cabo la empresa como acción de RSE					
4	Los encargados del PVC, Organizan eventos que den a conocer el apoyo a causas sociales, y así sensibilizar a los voluntarios y sus familias.					
5	Para colaborar con la sociedad debo primero cumplir con mis obligaciones personales, familiares y laborales.					
6	Es el PVC el único medio, por el que puedo contribuir al bien social.					
7	Considero que debo desarrolla más mis habilidades como voluntario					
8	Poseo habilidades para participar en el PVC					
9	Las personas encargadas del PVC me incentivan a participar como voluntario					
10	El pertenecer a la organización me obliga a participar en el PVC					
11	Las personas encargadas del PVC fomentan la participación en las actividades.					
12	Me identifico con las actividades del PVC					
13	Me asocio a las actividades del PVC					
14	Son atractivas las actividades del PVC, y por lo tanto participo					
15	Muestro interés en participar en las actividades del PVC					
16	Las personas encargadas del PVC informan a tiempo las actividades a desarrollar					
17	Carezco de información sobre las actividades a desarrollarse por el PVC					
18	Es accesible la información sobre las actividades del PVC					
19	Visualizo constantemente la planificación de las actividades a desarrollarse por el PVC					
20	Me entero constantemente de la programación de las actividades del PVC					
21	Desconozco los medios de comunicación del PVC para informar sobre sus actividades					
22	Los horarios y días de las actividades del PVC, no están alineados a mi disponibilidad					
23	Desconozco los horarios/programación en el que se realizan las actividades del PVC					

<b>PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
24	Me identifico con los valores y principios de la organización y los tomo como propios para mi desarrollo personal					
25	Me identifico con el valor pasión por el bien ya que tiene afinidad con la ayuda a nuestro semejantes					
26	La solidaridad es involucrarnos activamente con la comunidad, pensando que todos somos responsables de todos					
27	Mi razón de ser esta en el compromiso del servicio del bien común					
28	Me entusiasman los focos de atención en los que se realizan las actividades del PVC					
29	Aunque conozco las actividades del PVC, no me idéntico con ellas					
30	Me idéntico con las actividades dirigidas al foco ambiente que con los otros					
31	Me idéntico con las actividades dirigidas al foco educación que con los otros					
32	Me idéntico con las actividades dirigidas al foco buen uso del tiempo libre que con los otros					
33	Me identifico con los tres focos de atención en los que se dirigen las actividades del PVC, porque lo importante es colaborar con las comunidades					
34	Con ninguno de los focos en los que se dirige las actividades del PVC, me identifico					
35	Es necesario una figura encargada que actué como vinculo de integración en las actividades del PVC en mi área de trabajo					
36	Existe una persona que promueva mi participación como voluntario en mi área de trabajo					
37	Doy a conocer a mis compañeros lo importante que son las actividades del PVC					
38	Las actividades del PVC me han permitido, fortalecer mi compromiso con la sociedad					
39	Participar en el PVC me permite crear y mantener vínculos con mis compañeros de trabajo y personas externas					
40	A través del PVC me relaciono con sectores vulnerables de la sociedad y puedo colaborar con ellos					
41	Me agrada vincularme con personas que necesitan de mi colaboración					
42	No busco ningún beneficio material al participar en las actividades del PVC					
43	Lo único que espero de participar en el PVC es mi crecimiento personal					
44	Participo voluntariamente en el PVC sin perseguir algún beneficio					



UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CAMPUS BÁRBULA



**INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN**  
**CUESTIONARIO**

Yo, **Nilda Chirinos** titular de la cédula número **3.572.754**, profesor activo de la Escuela de Relaciones Industriales, adscrita a la Cátedra de **Selección de Personal**; y departamento de **Técnicas Especiales de RRH**; hago constar por medio de la presente que el instrumento de recolección de datos Cuestionario elaborado para desarrollar el Trabajo de Grado Titulado: **“PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO”**, presentado por las bachilleres: **CASTILLO PACHECO ELIZABETH MAYELA**; titular de Cédula de Identidad número **18.612.685** y **MATUTE RINCÓN ELEINE ESTEFANÍA**, titular de Cédula de Identidad número **19.173.505**; cumple con los requisitos exigidos para cubrir los objetivos de la investigación que pretende desarrollar.

---

**Prof. Nilda Chirinos**  
**C. I.: 3.572.754**





UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CAMPUS BÁRBULA



**INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN**  
**CUESTIONARIO**

Yo, **Pedro. M. Juan** titular de la cédula número **4.568.971**, profesor activo de la Escuela de Relaciones Industriales, adscrita a la Cátedra de **Estadística**; y departamento de **Estadística AC.CP**; hago constar por medio de la presente que el instrumento de recolección de datos Cuestionario elaborado para desarrollar el Trabajo de Grado Titulado: “**PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO**”, presentado por las bachilleres: **CASTILLO PACHECO ELIZABETH MAYELA**; titular de Cédula de Identidad número **18.612.685** y **MATUTE RINCÓN ELEINE ESTEFANÍA**, titular de Cédula de Identidad número **19.173.505**; cumple con los requisitos exigidos para cubrir los objetivos de la investigación que pretende desarrollar.

---

**Prof. Pedro. M. Juan**  
**C. I.: 4.568.971**



UNIVERSIDAD DE CARABOBO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES  
ESCUELA DE RELACIONES INDUSTRIALES  
CAMPUS BÁRBULA



**INSTRUMENTO DE VALIDACIÓN**  
**CUESTIONARIO**

Yo, **Magda Cejas** titular de la cédula número **5.876.102**, profesor activo de la Escuela de Relaciones Industriales, adscrita a la Cátedra de **Métodos**; y departamento de **Ciclo Básico**; hago constar por medio de la presente que el instrumento de recolección de datos Cuestionario elaborado para desarrollar el Trabajo de Grado Titulado: **“PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO”**, presentado por las bachilleres: **CASTILLO PACHECO ELIZABETH MAYELA**; titular de Cédula de Identidad número **18.612.685** y **MATUTE RINCÓN ELEINE ESTEFANÍA**, titular de Cédula de Identidad número **19.173.505**; cumple con los requisitos exigidos para cubrir los objetivos de la investigación que pretende desarrollar.

---

**Prof. Magda Cejas**  
**C. I.: 5.876.102**

# Coeficiente Alfa de Cronbach

# Anexo E

	ITEMS	SUJETOS																																											TOTAL		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	PUNTAJE	
1	4	5	3	3	5	5	5	3	4	5	2	4	4	3	3	1	4	2	2	2	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	165
2	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	3	5	2	2	3	3	4	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	139	
3	3	3	3	5	5	5	4	4	2	1	2	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	1	5	2	3	4	4	4	4	5	5	5	164	
4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	2	2	2	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	145	
5	4	4	4	4	3	2	3	5	4	1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	2	3	3	3	5	5	5	3	5	148		
6	4	4	4	5	5	5	5	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	159		
7	4	4	4	3	3	2	4	4	2	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	4	3	3	3	5	5	5	5	4	2	2	2	2	5	1	5	5	1	3	4	4	4	4	4	4	145		
8	5	5	5	4	5	4	4	3	2	2	3	4	2	3	3	3	4	2	2	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	5	2	5	155	
9	3	3	3	3	4	2	4	5	2	1	3	4	4	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	1	3	3	3	4	4	4	4	4	140		
10	4	5	5	2	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	5	5	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	5	5	5	156		
11	3	4	3	2	3	5	5	1	2	5	2	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	1	1	5	5	4	4	3	3	2	5	4	3	1	5	2	2	5	4	4	4	5	5	5	144		
SUMA	42	45	41	38	45	41	45	36	29	26	29	42	34	32	33	27	38	26	24	31	37	37	36	52	51	45	46	38	31	33	36	36	38	26	46	35	30	36	38	42	45	49	44	49	1660		
PROMEDIO	3,8	4,1	3,7	3,5	4,1	3,7	4,1	3,3	2,6	2,4	2,6	3,8	3,1	2,9	3,0	2,5	3,5	2,4	2,2	2,8	3,4	3,4	3,3	4,7	4,6	4,1	4,2	3,5	2,8	3,0	3,3	3,3	3,5	2,4	4,2	3,2	2,7	3,3	3,5	3,8	4,1	4,5	4,0	4,5	150,91		
DESVIACION	0,6	0,7	0,8	1,0	0,8	1,4	0,7	1,2	0,8	1,4	0,5	0,8	0,7	0,5	0,4	0,7	0,8	0,5	0,4	0,9	0,7	1,1	1,1	0,5	0,7	0,8	0,8	0,5	1,0	0,6	0,8	0,6	0,7	1,1	0,6	1,3	0,8	0,8	0,5	0,8	0,5	0,7	1,0	0,7	9,30		
VARIANZA	0,4	0,5	0,6	1,1	0,7	2,0	0,5	1,4	0,7	2,1	0,3	0,6	0,5	0,3	0,2	0,5	0,7	0,3	0,2	0,8	0,5	1,3	1,2	0,2	0,5	0,7	0,6	0,3	1,0	0,4	0,6	0,4	0,5	1,3	0,4	1,6	0,6	0,6	0,3	0,6	0,3	0,5	1,0	0,5	86,49		
SUMATORIA DE LAS VARIANZAS DE LOS ITEMS																																												29,5			
RESUMEN DE RESULTADOS																																															
5	TOTALMENTE DE ACUERDO	1	3	2	2	4	5	3	2	0	2	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	8	8	4	4	0	1	0	1	0	1	0	3	1	0	1	0	2	2	6	4	6			
4	DE ACUERDO	7	6	4	3	4	2	6	2	2	0	0	5	3	1	1	0	7	0	0	3	5	5	4	3	2	4	5	5	0	2	2	4	3	1	7	5	1	2	5	5	8	4	4			
3	NI DE ACUERDO NI EN DESACUERDO	3	2	5	4	3	0	2	5	3	1	7	4	6	8	9	6	2	4	2	3	5	3	4	0	1	3	2	6	7	7	7	6	7	6	1	1	7	7	6	4	1	1	2	1		
2	EN DESACUERDO	0	0	0	2	0	4	0	1	6	5	4	0	2	2	1	4	2	7	9	5	1	1	1	0	0	0	0	2	2	1	1	0	0	0	3	2	1	0	0	0	0	0	1	0		
1	TOTALMENTE EN DESACUERDO	0	0	0	0	0	0	1	0	3	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	4	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0		
TOTALES		11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	

$$\alpha = \frac{N}{N-1} * \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_{Total}^2} \right] = 0,67$$

TOTAL ITEMS = 44

Interpretación del Coeficiente de Confiabilidad

Rangos	Coeficiente Alfa
Muy Alta	0,81 a 1,00
Alta	0,61 a 0,80
Moderada	0,41 a 0,60
Baja	0,21 a 0,40
Muy Baja	0,01 a 0,20



### CONSTANCIA DE CONFIABILIDAD

El instrumento de recolección de datos del trabajo de investigación titulado “PARTICIPACIÓN DEL PERSONAL EN EL PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO”, presentado por las bachilleres **CASTILLO ELIZABETH** y **MATUTE ELEINE** como requisito para obtener el título de Licenciadas en Relaciones Industriales, se ha sometido al procedimiento de confiabilidad conocido como COEFICIENTE ALFA CRONBACH, para los ítems cuya escala de medición es tipo Lickert.

Para este procedimiento se utilizó una encuesta como técnica, con un cuestionario como instrumento, se procesaron los datos diseñados para tal fin (ver anexo E) y se calculó la fórmula correspondiente obteniéndose un coeficiente de 0,67.

Considerando el resultado obtenido de la muestra seleccionada el instrumento suministrado “**ES CONFIABLE**” para la recolección de los datos. Sin embargo, cabe destacar que el procedimiento señalado permite medir el grado en que los ítems del instrumento es comprendido desde un enfoque común por las personas encuestadas garantizando un criterio de respuesta homogénea en una población con características similares, evitando de esta manera la dispersión en información suministrada causada por interpretaciones erróneas.

Es importante señalar que el referido procedimiento no está diseñado para determinar si los ítems contenidos en el den respuestas a los objetivos planteados en la investigación por lo tanto el resultado de “confiabilidad” es independiente de los resultados obtenidos en los procesos de validación conocido como “Juicio de Experto”

Constancia que se expide de la parte interesada a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del año 2013

Atentamente: