



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
Campus Bárbula



**LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACIÓN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA
EMPRESA TRANSPORTE APOWAO C.A**

Favor coloque en este espacio el número de expediente recibido cuando actualizó su título en el 1S/2015:

Expediente No. 1041



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
 Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
 Oficina de Apoyo a la Investigación



1S- 2015
EXP- 1041

FORMATO DE INGRESO DE LOS EJEMPLARES RÚSTICOS AL 1S/2015

Fecha: 04 / 05 / 2015

TRABAJO DE GRADO Tutor: Pedro Fraga **E-mail del Tutor:** Pedrofraga62@gmail.com **Firma:** _____

Título del Trabajo: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACIÓN SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA TRANSPORTE APOWAO C.A

Apellidos y Nombres / E-mail.	# CEDULA	TELÉFONOS		MENCIÓN		GRADUANDO	
		HABITACIÓN	CELULAR	AC	CP	SI	NO
Hurtado D., Eribmar J. Eribmarhurtado@hotmail.com	19.770.212	0241-8941608	0416-4494069		X	X	
Gutierrez S., Marina E. Nortsamac@hotmail.com	17.571.231	0241-8672427	0412-5390140		X	X	

ESPECIFICAR SI HUBO ALGÚN CAMBIO DURANTE LA REALIZACIÓN DE SU TRABAJO DE GRADO:

Cambio de Título: si Cambio de Tutor: si Desincorporación: No Otros: No

Explique: el cambio de tutor ya que la profesora en este semestre tenía muchos compromisos que le impedían disponer del tiempo necesario para las asesorías. El cambio de título se hizo en función del nuevo tutor ya que no estaba de acuerdo que la palabra ASESORÍA tuviera que ver con aplicarse a los subordinados de la empresa, opinando que solo era un asunto a tratarse solo con los directivos.

OBSERVACIONES: (Solo para uso interno de la Oficina de Apoyo a la Investigación)

NOTA: Deben traer este formato debidamente llenado en computadora e incluirlo dentro de los rústicos; **impreso en la parte de atrás de la CARÁTULA DE CARTULINA BLANCA.** Adicionalmente, imprima dos (02) formatos a parte en hoja blanca para uso interno de la Oficina.



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



**LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACIÓN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA
TRANSPORTE APOWAO C.A**

**Autores:
Hurtado D, Eribmar J
Gutiérrez S, Marina E**

Bárbula, Junio de 2015



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



**LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACIÓN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA
TRANSPORTE APOWAO C.A**

**Tutor:
Pedro Fraga**

**Autores:
Hurtado D, Eribmar J
Gutiérrez S, Marina E**

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

Bárbula, Junio de 2015



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

**LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACIÓN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA
TRANSPORTE APOWAO C.A**

**Tutor:
Pedro Fraga**

**Aceptado en la Universidad de Carabobo
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Escuela de Administración Comercial y
Contaduría Pública.
Por: Pedro Fraga
C.I. V-7.051.526**

Bárbula, Junio de 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA
PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA



CONSTANCIA DEL VEREDICTO DEL TRABAJO DE GRADO

N° Exp 1041
Periodo: 1S-2015

Los suscritos, profesores de la Universidad de Carabobo, por medio de la presente hacemos constar que el trabajo titulado: **LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACIÓN SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA TRANSPORTE APOWAO C.A.**

Elaborado y Presentado por:

Eribmar J. Hurtado D.	19770212	CONTADURIA PUBLICA
Marina E. Gutiérrez S.	17571231	CONTADURIA PUBLICA

Estudiantes de esta Escuela, se realizó bajo la tutoría del/la Profesor (a) Pedro Fraga C.I: V-7.051.526 reúne los requisitos exigidos para su aprobación.

Aprobado

No Presento

JURADOS

MIEMBRO PRINCIPAL - TUTOR
Pedro Fraga

COORDINADOR
Williams Araguren

MIEMBRO PRINCIPAL
Marielba Colmenares

SUPLENTE

En Valencia a los 04 días del mes de Junio del año 2015

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi amigo Avendaño Williams quien me alentó para continuar, cuando parecía que me iba a rendir, realmente fue un gran apoyo emocional y económico.

A mis maestros quienes me enseñaron con paciencia, aun cuando no tenían tiempo, depositando su esperanza en mí.

A mi tutor, quien fue que estudio mi tesis y la aprobó, sin su apoyo, consideración, no pudiera haber culminado en este semestre... gracias profesor Fraga Pedro.

Realmente fue un Viaje lleno de incidentes y dificultades que se oponían al propósito, requiriendo de mucho más esfuerzo, paciencia, esperanza, fortaleza, tiempo, conocimiento.

Para ellos es esta dedicatoria de tesis, pues es a ellos a quienes se las debo por su apoyo incondicional.

Marina Gutiérrez.

DEDICATORIA A

Dios, por darme la oportunidad de vivir y por estar conmigo en cada paso que doy, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres Pablo y Marisol, por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, en toda mi educación, tanto académica, como de la vida, por su incondicional apoyo perfectamente mantenido a través del tiempo. Por los ejemplos de perseverancia y constancia que los caracterizan y que me han infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

Mis hermanos Pablo J. y Álvaro, por estar conmigo y apoyarme siempre.

Mi sobrino Fabiam Jeremías, para que veas en mi un ejemplo a seguir.

Luis Gerardo, por tu paciencia y comprensión, preferiste sacrificar tu tiempo para que yo pudiera cumplir con el mío. Por tu bondad y sacrificio me inspiraste a ser mejor para ti, gracias por estar siempre a mi lado.

Mis amigas Dorialys Veliz, Nilka Castellanos, María Silva y Marina Gutiérrez que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos siendo amigas.

Finalmente a los profesores, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis.

Eribmar Hurtado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco principalmente a DIOS y a la Virgen María, porque sé que en ellos siempre se aprende a no perder las esperanzas y son mi pilar fundamental.

A mi hija Herrera Maddelyne, ya que fue realmente quien vivió en carne propia los sacrificios por los que tenía que pasar en toda mi odisea; no fue fácil para mí, mucho menos lo fue para ella... ¡gracias hija y perdóname!

A el padre de mi hija Herrera Félix por su inmensa colaboración en todos los aspectos, ya que estoy consciente de su abnegación, renuncia y privación ya que no estando de acuerdo; igual me apoyo ayudándome con mi hija y mi persona a fin de alcanzar mis metas.

A mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos; sé que hoy en día siempre tuve un gran ángel desde el cielo que me ayudaba en mis días y noches en que me sentía sin fuerzas para seguir este arduo camino junto a mi hija ¡gracias mama!

Marina Gutiérrez.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes y experiencias.

Le doy gracias a mis padres por apoyarme en todo momento, por los valores que me han inculcado, y por haberme dado una excelente educación en el transcurso de mi vida. Sobre todo por ser un excelente ejemplo de vida a seguir.

A mis hermanos por formar parte importante en mi vida y por llenarme de alegrías y estar cuando más los he necesitado.

A Luis Ge, porque la ayuda que me has brindado ha sido sumamente importante, estuviste a mi lado inclusive en los momentos más estresantes siempre dándome tu apoyo, comprensión y amor incondicional. Muchas gracias, amor...

A mis suegros María Fernández y Gerardo Mujica por ser todo lo contrario a lo que esa expresión representa en el sentido común. Gracias por su cariño, comprensión, apoyo y paciencia. Por quererme como su hija.

Les agradezco la confianza, apoyo y dedicación de tiempo a mis profesores.

A Marina Gutiérrez por haber sido una excelente compañera y amiga, por haberme tenido paciencia y por motivarme a seguir adelante.

A todos ustedes mil gracias....!!!!

Eribmar Hurtado.



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



**LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACIÓN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA
TRANSPORTE APOWAO C.A**

Autores: Hurtado D. Eribmar J. y Gutiérrez S. Marina E.

Tutor: Pedro Fraga

Año: Junio, 2015

RESUMEN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), puede definirse como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. Son muchos los objetivos a poner en práctica en lo referente a la responsabilidad social en búsqueda de la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental, lo repercute positivamente en todos los ámbitos tanto internos como externos a la empresa, para crear un mejor mundo donde vivir. En tal sentido, el objetivo de la investigación es Proponer Lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo. Metodológicamente asumió una Investigación en la Modalidad de Proyecto Factible con diseño de campo. Como población se seleccionaron doce (12) empleados que laboran en la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A. La muestra fue censal y se le aplicó un cuestionario contentivo de doce (12) ítems con respuestas Sí-No. El cual fue previamente validado y calculada su confiabilidad.

Palabras Claves: Lineamientos estratégicos, Orientación, Responsabilidad Social



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**



**LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACIÓN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA
TRANSPORTE APOWAO C.A.**

Autores: Hurtado D. Eribmar J. y Gutiérrez S. Marina E.

Tutor: Pedro Fraga

Año: Junio, 2015

SUMMARY

Corporate Social Responsibility (CSR) can be defined as active and voluntary social, economic and environmental improvement contribution from companies, usually with the aim of improving its competitive position and its value-added value. There are many objectives to implement in terms of social responsibility in pursuit of active and voluntary contribution to social, economic and environmental improvement, which positively affects all areas both internal and external to the company, to create a better world to live. In this regard, the objective of the research is to provide strategic guidance Guidelines on Social Responsibility for APOWAO CA TRANSPORT company, located in the municipality of Guacara Carabobo state. Methodologically he assumed a Research Mode feasible project with field design. As population twelve (12) employees working in the company TRANSPORT APOWAO selected CA The sample census and was applied a questionnaire contentivo twelve (12) items with answers Yes-No. Which was calculated previously validated and reliability.

Keywords: Strategies, Guidance, Social Responsibility



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
 Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
 Oficina de Apoyo a la Investigación



N Exp _____

Período Lectivo: 1S/2015

CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: MARIBEL GUILLEN **Tutor:** PEDRO FRAGA

Título del Proyecto: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACION SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA TRANSPORTE APOWAO C.A

CAPÍTULO I El Problema	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Planteamiento del Problema - Formulación del Problema- Objetivos de la Investigación- Justificación- Alcance y Limitaciones	1.-	21-11-2014	REUNION PARA ESTABLECER EL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y EL TITULO DEL PROYECTO.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	05-12-2014	CORRECCION DEL PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y DISEÑO DE LOS OBJETIVOS GENERAL Y ESPECIFICOS DE LA INVESTIGACION.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	16-01-2015	CORRECCION DE LOS OBJETIVOS ESPECIFICOS, JUSTIFICACION Y ALCANCE DE LA INVESTIGACION.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	30-01-2015	REVISION Y VISTO BUENO DEL CAPITULO I DE LA INVESTIGACION.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
 Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
 Oficina de Apoyo a la Investigación



N Exp _____

Período Lectivo: 1S/2015

CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: MARIBEL GUILLEN **Tutor:** PEDRO FRAGA

Título del Proyecto: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACION SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA TRANSPORTE APOWAO C.A

CAPÍTULO II	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Marco Teórico Antecedentes de la Investigación- Bases Teóricas- Definición de términos- Marco Normativo Legal(opcional)- Sistema de Variables e Hipótesis (opcional).	1.-	06-02-2015	REUNION PARA ESTABLECER EL MARCO TEORICO REFERENCIAL DE LA INVESTIGACION.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	13-02-2015	REUNION PARA REVISAR Y CORREGIR LOS ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	18-02-2015	CORRECCION DE LAS BASES TEORICAS Y LEGALES DE LA INVESTIGACION.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	25-02-2015	REVISION Y VISTO BUENO DEL CAPITULO II DE LA INVESTIGACION.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
 Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
 Oficina de Apoyo a la Investigación



N Exp _____

Período Lectivo: 1S/2015

CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: MARIBEL GUILLEN **Tutor:** PEDRO FRAGA

Título del Proyecto: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACION SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA TRANSPORTE APOWAO C.A

CAPITULO III Marco Metodológico	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Tipo de Investigación- Diseño de la Investigación- Descripción de la Metodología- Población y Muestra- Técnica e Instrumento de Recolección de Datos- Análisis de Datos- Cuadro Técnico Metodológico.	1.-	04-03-2015	REUNION PARA ESTABLECER EL MARCO METODOLOGICO DE LA INVESTIGACION.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	13-03-2015	REUNION PARA CORREGIR EL TIPO DE INVESTIGACION Y DISEÑAR LA ESTRATEGIA METODOLOGICA.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	20-03-2015	CORRECCION DE LA ESTRATEGIA METODOLOGICA Y TECNICAS E INSTRUMENTOS DE RECOLECCION DE DATOS.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	27-03-2015	REVISION Y VISTO BUENO DEL CAPITULO III DE LA INVESTIGACION.	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
 Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
 Oficina de Apoyo a la Investigación



N Exp _____

Período Lectivo: 1S/2015

CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: MARIBEL GUILLEN **Tutor:** PEDRO FRAGA

Título del Proyecto: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACION SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA TRANSPORTE APOWAO C.A

CAPITULO IV Análisis e Interpretación de Resultados	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
Elaboración del instrumento-Validación del Instrumento-Aplicación del Instrumento-Análisis e Interpretación de Resultados	1.-	02-04-2015	INDICACIONES GENERALES DE ESTRUCTURA DEL CAPÍTULO IV	Tutor: Est./Invest. Est./Invest. Est./Invest.
	2.-	23-04-2015	EVALUACIÓN DE CUESTIONARIO	Tutor: Est./Invest. Est./Invest. Est./Invest.
	3.-	30-04-2015	ENTREGA DE CORRECCIONES DEL CAPÍTULO IV	Tutor: Est./Invest. Est./Invest. Est./Invest.
	4.-	07-05-2015	REVISIÓN FINAL DEL CAPÍTULO IV	Tutor: Est./Invest. Est./Invest. Est./Invest.



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
 Escuela de Administración Comercial y Contaduría Pública
 Oficina de Apoyo a la Investigación



N Exp _____

Período Lectivo: 1S/2015

CONTROL DE ETAPAS DEL TRABAJO DE GRADO

Asignatura: Investigación Aplicada a las Ciencias Administrativas y Contables

Profesor de Investigación Aplicada: MARIBEL GUILLEN **Tutor:** PEDRO FRAGA

Título del Proyecto: LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACION SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA TRANSPORTE APOWAO C.A

CAPITULO V La Propuesta	Sesión	FECHA	OBSERVACIONES	FIRMA
LA PROPUESTA	1.-	11-05-2015	ESTRUCTURA GENERAL DEL CAPÍTULO V	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	2.-	14-05-2015	EVALUACIÓN DE LOS AVANCES DEL CAPÍTULO V Y CORRECCIONES	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	3.-	21-05-2015	EVALUACIÓN DE LOS AVANCES DEL CAPÍTULO V Y CORRECCIONES	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.
	4.-	28-05-2015	REVISIÓN GENERAL Y CORRECCIONES	Tutor:
				Est./Invest.
				Est./Invest.
				Est./Invest.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
Dedicatoria	v
Agradecimiento	vii
Resumen	ix
Formato de Postulación Tutorial	xi
Control de Etapas del Trabajo de Grado	xii
Índice de Cuadros	ix
Índice de Gráficos	xx
Introducción	21
CAPITULO I	
EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema	22
Formulación del Problema	27
Objetivos de la Investigación	
Objetivo General	27
Objetivo Específico	27
Justificación e Importancia de la Investigación	28
CAPITULO II	
MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL	
Antecedentes	31
Bases Teóricas	34
Definición de Términos Básicos	36
CAPITULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
Tipo de Investigación	73
Diseño de la Investigación	74
Unidades de Estudios	74

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos	75
Procesamiento de Datos	78
CAPITULO IV	
ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS	
Presentación de los Resultados	79
CAPITULO V	
PROPUESTA	
Descripción de la Propuesta	93
Conclusiones	109
Recomendaciones	110
Referencias Bibliográficas	112
Anexos	115

ÍNDICE DE CUADROS/ TABLAS

CUADRO N ^a		Pág.
1	¿Conoce Ud. en qué consiste un Programa de Responsabilidad Social Empresarial?	
2	¿Tiene Ud. conocimiento de las consideraciones consagradas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en relación a la Responsabilidad Social Empresarial?	
3	¿Cree Ud. que la Empresa ha realizado alguna actividad en pro del desarrollo de la Responsabilidad Social?	
4	¿Tiene Ud. conocimiento de si la Empresa posee un plan de Responsabilidad Social Empresarial?	
5	¿Cree Ud. que la Empresa obtiene beneficios al desarrollar programas de Responsabilidad Social Empresarial?	
6	¿Sabe Ud. si en la misión, visión y valores de la Empresa. existe alguna referencia acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?	
7	¿Tiene Ud. conocimiento de si la Empresa posee algún tipo de política de apoyo a la comunidad?	
8	¿Alguna vez la Empresa ha propiciado oportunidades para que Ud. desarrolle actividades de apoyo a la comunidad?	
9	Estaría Ud. dispuesto a participar en un plan de Responsabilidad Social Empresarial generado por la Empresa	
10	¿Estaría Ud. Dispuesto a participar fuera de su horario de trabajo en actividades de Responsabilidad Social Empresarial generadas por la Empresa?	
11	¿Considera Ud. importante que la Empresa desarrolle programas de Responsabilidad Social Empresarial?	
12	¿Conoce Ud. si la Empresa dispone de procesos orientados a la preservación del medio ambiente?	
13	¿Usted estaría interesado en participar en un programa de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de mejorar las necesidades culturales y deportivas del sector?	
14	¿La empresa lleva el control del desarrollo de las diferentes actividades de contribución social?	

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Pág.

GRÁFICO N ^a		
1	¿Conoce Ud. en qué consiste un Programa de Responsabilidad Social Empresarial?	
2	¿Tiene Ud. conocimiento de las consideraciones consagradas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en relación a la Responsabilidad Social Empresarial?	
3	¿Cree Ud. que la Empresa ha realizado alguna actividad en pro del desarrollo de la Responsabilidad Social?	
4	¿Tiene Ud. conocimiento de si la Empresa posee un plan de Responsabilidad Social Empresarial?	
5	¿Cree Ud. que la Empresa obtiene beneficios al desarrollar programas de Responsabilidad Social Empresarial?	
6	¿Sabe Ud. si en la misión, visión y valores de la Empresa. existe alguna referencia acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?	
7	¿Tiene Ud. conocimiento de si la Empresa posee algún tipo de política de apoyo a la comunidad?	
8	¿Alguna vez la Empresa ha propiciado oportunidades para que Ud. desarrolle actividades de apoyo a la comunidad?	
9	Estaría Ud. dispuesto a participar en un plan de Responsabilidad Social Empresarial generado por al Empresa	
10	¿Estaría Ud. Dispuesto a participar fuera de su horario de trabajo en actividades de Responsabilidad Social Empresarial generadas por la Empresa?	
11	¿Considera Ud. importante que la Empresa desarrolle programas de Responsabilidad Social Empresarial?	
12	¿Conoce Ud. si la Empresa dispone de procesos orientados a la preservación del medio ambiente?	
13	¿Usted estaría interesado en participar en un programa de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de mejorar las necesidades culturales y deportivas del sector?	
14	¿La empresa lleva el control del desarrollo de las diferentes actividades de contribución social?	

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los intereses económicos de la organización. La responsabilidad social no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino se trata más bien de una estrategia de la empresa. Las empresas que practican Responsabilidad Social tienen una serie de beneficios, entre los cuales se pueden mencionar ser más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas; razón por la cual son más competitivas dentro en los mercados que opera, a la vez que sirve como un medio de comunicación en el cual se divulga transparencia y la ética que la identifica, es decir le brinda una imagen de calidad y pueden obtener mayores ganancias. En tal sentido, el objetivo de la investigación es Proponer lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo. Con respecto a su estructura:

El Capítulo I, está referido al planteamiento del problema, los objetivos y la justificación. El Capítulo II Marco Teórico Referencial, en el se redactan las ideas referidas a los antecedentes del problema, así como las bases teóricas que lo sustentan y la definición de algunos términos básicos. En el Capítulo III Marco Metodológico, se recogen los aspectos que tiene que ver con la metodología, la población y la muestra, así como las técnicas e instrumentos de recolección de datos. En el Capítulo IV es donde se exponen el análisis e interpretación de resultados. Finalmente, el Capítulo V la Propuesta, así como las conclusiones y recomendaciones pertinentes en función de los objetivos propuestos.

CAPÍTULO I EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Una de las herramientas más importantes para garantizar el éxito en diferentes organizaciones es la responsabilidad social empresarial, que es en definitiva un conjunto de prácticas de la organización que forma parte de la estrategia corporativa, cuyo fin es evitar daños y/o producir beneficios para todas las partes interesadas en la actividad de la empresa: clientes, empleados, accionistas, comunidad, entorno y otros, mediante la integración voluntaria de las metas comerciales, el respeto a las personas y comunidades, basándose en la ética.

En tal sentido, la Responsabilidad Social Empresarial mantiene la sostenibilidad en diversos campos tales como los sectores públicos o privados que hacen uso del mismo a través de la ejecución de diferentes políticas y estrategias que garanticen el bienestar de la sociedad donde las necesidades que presente la misma, van a determinar la problemática en la cual se puede trabajar optimizando el manejo de los diferentes recursos con lo que se pueda contar para generar un gran impacto en las comunidades.

Cabe destacar, que la participación activa en la comunidad, genera una reputación positiva con los empleados dentro de la empresa, por lo tanto es de suma importancia que los entes gubernamentales se involucren dentro de estas actividades reforzando e incrementando las ventas, que generen un aumento notable del capital en conjunto con el progreso de los diferentes esfuerzos que realizan las comunidades en alianza con las instituciones alcanzando el éxito en los planes que se logren ejecutar para alcanzar las metas propuestas a través del liderazgo.

Al respecto, los procedimientos más utilizados para hacer responsabilidad social empresarial en el país son; el financiamiento de proyectos a través de organizaciones de desarrollo social; el desarrollo de obras sociales en las fundaciones pertenecientes a las empresas; la implementación de programas con personal especializado dentro de la compañía; proyectos en convenio directo con la comunidad y programas que se desarrollan a través de las iglesias. Todo esto enmarcado dentro de un conjunto de lineamientos que ayuden a las empresas a hacer posible la funcionalidad de la responsabilidad empresarial en las mismas.

La Responsabilidad Social Empresarial ha ido incorporando nuevos contenidos y concepciones que han venido madurando a través del tiempo en Venezuela, es importante resaltar que la participación social dependerá del estado político social y económico que se vive en el país. Ello es lo que marcará la pauta sobre qué lineamientos se deben seguir para que exista la convivencia entre la empresa y la comunidad factor que es sumamente importante para desarrollar planes sociales mutuamente en beneficio de la sociedad.

En ese orden de ideas, a nivel mundial se suscribió un Pacto con el fin de que las empresas adoptaran los 10 principios sobre responsabilidad social basados en los derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y gobernabilidad, el cual en su gran mayoría se ha respetado, pero esto indudablemente depende de las costumbres y la legislación de cada país. Específicamente, en el caso de Venezuela la mayoría de sus empresas hacen el esfuerzo necesario porque estos principios se respeten pero en la realidad no gozan de una comunicación eficiente entre los actores involucrados para su correcta aplicación.

Dentro de estas perspectivas, las PYMES son medianas y pequeñas empresas que necesitan una forma idónea de dar a conocer sus planes sociales a sus comunidades adyacentes, es por ello que se insiste tanto en el término de Responsabilidad Social Empresarial; ya que influye significativamente en la motivación del personal que trabaja dentro de las mismas y esto ciertamente colabora en el sentido de mejorar la imagen de la empresa y la comunidad se puede compenetrar más en la búsqueda de soluciones y ayudas sociales.

Cabe destacar, que las PYMES, forman parte del 96% de las empresas en Venezuela, éstas presentan grandes problemas, ya que no cuentan con suficiente apoyo en cuanto a la implementación de las actividades correspondientes a la Responsabilidad Social Empresarial, por lo que deben buscar el modo de capacitación en cuanto al tema, de manera que no se tiene una guía que enfoque los principios de la Responsabilidad Social Empresarial.

Al respecto, Guédez (2006:34), expresa que “las empresas competitivas han comprendido que no pueden lograr el posicionamiento de sus productos y servicios sin una buena reputación. Actualmente, el 40 por ciento de la competitividad de las empresas depende de la reputación, y 36 por ciento de esa reputación depende de su ética y responsabilidad social”.

Esto significa que los empresarios en su mayoría toman gran parte de la responsabilidad como tal de la empresa; esto trae como consecuencia el poder de definir claramente todo lo concerniente a un manejo idóneo de la organización. El empresario se ha dado cuenta de que necesita asesoría externa en el tema sobre la responsabilidad social empresarial para lo cual

deben existir mecanismos que le ofrezcan la información necesaria que le permita implementar estos principios de manera integral en la organización.

Debe existir para ello entendimiento entre el Empresariado y Estado para poder implementar conjuntamente las estrategias necesarias a fin de cumplir con el compendio de principios internacionales que conforman la base en la cual se sustenta la Responsabilidad Social Empresarial para ser adoptada por las diferentes empresas que hacen vida en Venezuela y de ésta forma poder llegar a las comunidades y cumplir con los planes sociales establecidos por cada una de estas empresas según sean sus capacidades de acción.

Dado lo anterior, se considera necesario el estudio de esta problemática con la finalidad de ofrecer a la PYMES, específicamente (TRANSPORTE APOWAO, C.A.) ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo; una herramienta estratégica que le permita crear conciencia, mecanismos de ejecución y desarrollar dentro del personal el apoyo para ofrecer voluntariamente su tiempo y habilidades al servicio de su comunidad, con la finalidad de alcanzar los objetivos integrados de la organización.

Es importante acotar que la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A., es una empresa encargada de realizar el transporte de carga de mercancía a otras empresas desarrollando la distribución de la misma a nivel nacional y regional. Así mismo la empresa fue fundada en el año 2002 por el señor Jesús Ocanto y se encuentra localizada en la Avenida Francisco de Miranda, en el cruce con la Carretera Nacional Municipio Guacara – Estado Carabobo.

En línea con esto, la gerencia de la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, presenta en su desempeño una serie de debilidades relacionadas al mercadeo en programas sociales. Ya que se constata que no está capitalizado óptimamente el esfuerzo humano y la inversión que de forma sostenida ha realizado desde su entrada en funcionamiento, debido a que carece de una estrategia comunicacional efectiva para difundir sus acciones sociales y sensibilizar a sus oyentes, por lo cual el impacto directo que esto puede aportar al fortalecimiento de su imagen y posicionamiento en el mercado está siendo desaprovechado.

En este sentido, es relevante decir que un Plan Estratégico de Orientación sobre Responsabilidad Social Empresarial consiste básicamente en presentar un conjunto de acciones estratégicas al gerente de la empresa y empleados que le sirva como sugerencia, consejo u orientación en la consecución de los objetivos planificados. Sin dejar de un lado los derechos humanos, el ambiente, la gobernabilidad y la parte laboral que es sumamente importante, todo esto enmarcado dentro de un verdadero desarrollo sustentable y socialmente responsable. La empresa TRANSPORTE APOWAO C.A carece de un Plan Estratégico de Asesoría sobre Responsabilidad Social Empresarial formalmente definido.

De acuerdo a la dirección de diseño curricular de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad de Carabobo el Licenciado en Contaduría Pública ofrece ayuda experta en los problemas relacionados con la contaduría, finanzas, estadísticas, control interno contable, costos, sistemas y procedimientos. Además está capacitado para programar y ejecutar auditorias financieras y de negocio y emitir su opinión independiente y como unidad estratégica de negocios bajo responsabilidad cívico y/o penal bajo principios y políticas contables de aceptación general.

Una contabilidad de “calidad” es vital para determinar la salud financiera, comercial y operativa de las empresas y organizaciones.

Es por ello que ante la situación planteada, la investigación está orientada a proponer un Plan Estratégico de Asesoría sobre Responsabilidad Social Empresarial. Por tal motivo surge la siguiente interrogante de investigación:

Formulación del Problema

¿Cuáles son las condiciones actuales de la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, respecto a la Responsabilidad Social Empresarial?

Objetivo General

Proponer lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar el conocimiento que poseen los empleados acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A.
- Indicar la situación actual de la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, en cuanto al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.

- Diseñar lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo.

Justificación de la Investigación

El ritmo acelerado que ha venido experimentando la transformación de la sociedad ha conllevado a que el tema de responsabilidad social empresarial sea de actualidad en el mundo. Aunque la responsabilidad y la ética deben estar presentes en todos los ámbitos y procesos que desarrolla la empresa, ahora tiene una gran importancia en el progreso social si es vista como un proceso para administrar y resolver necesidades como lo es el deber que tenemos todos los ciudadanos, organizaciones y entes gubernamentales de contribuir con el bienestar económico y social de las comunidades locales.

Es por ello que ésta investigación está enfocada en conocer el alcance que tienen las diversas prácticas sobre responsabilidad social empresarial en el mundo de las organizaciones, y así mismo orientar su importancia para un excelente funcionamiento de la empresa a través de la cual se propone un Plan Estratégico de Orientación sobre Responsabilidad Social Empresarial a TRANSPORTE APOWAO C.A, con la finalidad de ofrecerle mejoras a sus trabajadores y comunidad en general, fortaleciendo así el desempeño de la misma en un nivel óptimo.

El entender lo anteriormente planteado proporcionará los conocimientos necesarios para poder determinar hasta qué punto son aplicados en la práctica empresarial los 10 principios sobre la responsabilidad social empresarial propuestos en el Pacto Global, ya que

esto permitirá realizar un análisis de cómo ha aumentado la importancia de la responsabilidad social empresarial en el territorio venezolano como en el resto del mundo. Sin embargo, muchas de las organizaciones carecen del conocimiento de cómo implantar la responsabilidad social como un elemento que se integre con las estrategias empresariales.

Asimismo, las empresas deben reconocer que las políticas y prácticas corporativas socialmente responsables, se transforman en una ventaja competitiva. Pero esta tarea de concientización sobre el valor de la ética empresarial requiere de grandes planes de comunicación y formación para que los trabajadores se sientan identificados con la estrategia de apoyo social ofrecida por la empresa. Adicionalmente, la investigación tiene el propósito de promover el desarrollo en sus trabajadores y comunidad en general que permiten realizar de forma eficaz las actividades de la empresa. Por ello es importante que exista la integración de los pueblos, del estado, la comunidad y la empresa.

En este orden de ideas, se hace necesario que la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, cuente con un Plan Estratégico de Asesoría sobre Responsabilidad Social Empresarial para brindar de esta manera la oportunidad en cuanto a mejoras del medio ambiente, necesidades de las comunidades y mejora de la calidad de vida de los trabajadores con el fin de facilitar el desempeño de la organización. La investigación proporciona a los estudiantes de contaduría, conceptos y herramientas que le permiten conocer la realidad en cuanto a los planes de asesorías sobre responsabilidad social empresarial y tener un documento de respaldo a posibles investigaciones que se lleven a futuro referentes al tema de investigación planteado.

Los beneficios que aspiran lograrse con la implementación del plan estratégico de asesoría están encaminados a que las organizaciones entiendan que el futuro de las empresas no sólo está dirigido a la productividad, la calidad o los beneficios, sino también en su responsabilidad social y el cumplimiento de los 10 principios propuestos que están ligados al cumplimiento de la legalidad, la transparencia y el respeto por las personas y el entorno, reforzando así la imagen externa de la empresa alcanzando mayor reconocimiento por la creación de unos valores basados en la responsabilidad que tiene la misma, hacia las diferentes comunidades. En el ámbito interno, llevaría a una mayor motivación de sus recursos humanos y una mayor comunicación introduciendo valores y principios éticos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Una de las principales características que persigue el marco teórico es fijar la investigación dentro de un conjunto de conocimientos, que permita orientar los pasos de forma adecuada a los términos que se utilicen, con el propósito de obtener interesantes conclusiones que contribuyan a desarrollar procesos coherentes que enriquezcan este estudio. El marco referencial o teórico es definido por Briones (2007) como aquel que:

Tiene el propósito de dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema. De éste dependerá el resultado del trabajo. Significa poner en claro para el propio investigador sus postulados y supuestos, asumir los frutos de investigaciones anteriores y esforzarse por orientar el trabajo de un modo coherente (p.67).

Antecedentes de la Investigación

Con respecto a los antecedentes de investigación, Tamayo y Tamayo (2006:98) expresa que “los antecedentes son una síntesis conceptual de las investigaciones o trabajos realizados sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación”. Los antecedentes juegan un papel importante dentro de una investigación, los mismos son utilizados como guía de información y referencia en el desarrollo del estudio. Para el desarrollo del presente estudio se realizó una revisión preliminar de aquellas investigaciones y aportes teóricos relacionados con el problema a estudiar, los cuales se citan a continuación:

Duin Eilyc y López Kissy (2012) en su trabajo de grado titulado Rol de la Empresa Privada Venezolana en la Responsabilidad Social Empresarial hacia la Comunidad. Caso Estudio: Fundación Empresas Polar, Casa Alejo Zuloaga en San Joaquín Edo. Carabobo. Presentado para obtener el título de Licenciado en Administración Comercial de la Universidad de Carabobo, tiene como objetivo proponer la práctica de la responsabilidad social empresarial para las empresas privadas a través de la creación de espacios pluriculturales, destacando el rol que desempeña la Fundación Casa Alejo Zuloaga en San Joaquín Edo. Carabobo.

La metodología utilizada fue cuantitativa ya que se utilizó la estadística descriptiva para el análisis y discusión de los resultados, utilizando el método de proyecto factible, presentando una propuesta la cual permite que otras empresas privadas apliquen la práctica de la responsabilidad social empresarial para las empresas privadas a través de la creación de espacios pluriculturales. Los resultados obtenidos permitieron conocer lo importante de la práctica de la responsabilidad social empresarial de las empresas hacia la comunidad.

La importancia de este antecedente para la presente investigación se basa en la relación que existe entre la aplicación de los lineamientos de la responsabilidad social empresarial dentro de la empresa privada y la pequeña empresa privada como eje fundamental para el desarrollo de actividades sociales.

Acosta, A., Lugo, X. y Salcedo, A. (2012) en su trabajo de grado titulado Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A. para el año 2011. Presentado para obtener el título Licenciado en Administración de la Universidad de Oriente Núcleo Sucre, tuvo como objetivo diseñar un programa de Responsabilidad Social Empresarial, para la empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A, ubicada en Carúpano, Municipio Bermúdez, Estado Sucre, a fin de mejorar los aportes a las comunidades de su entorno. El tipo de investigación fue de campo ya que la información recolectada se basa en el uso del lugar objeto de estudio, así como también se recurrió a libros, revistas, tesis e informaciones en línea (Internet). Además la investigación fue de tipo descriptiva-analítica, por cuanto, se detallaron y analizaron los aspectos más relevantes sobre el tema objeto de estudio. La propuesta consiste en la necesidad de un programa de responsabilidad social, en donde se le preste atención a las áreas de compromiso, a fin de cumplir con lo establecido por la ley servicio social.

La relevancia de este antecedente para la presente investigación se centra en establecer conceptos claros de lo que debe ser la responsabilidad social empresarial dentro de la empresa y su relación inmediata con las comunidades por medio de programas o planes estratégicos según sea el caso.

Ortiz, P. (2011) en su trabajo de grado titulado La Responsabilidad Social Empresarial como Base de la Estrategia Competitiva de HZX. Presentado como requisito para optar al título de Administrador de Empresas en la Universidad Javeriana de la Ciudad de Bogotá en Colombia, tiene como

objetivo principal describir las prácticas de la responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX. La metodología utilizada para la realización del trabajo fue una investigación de campo ya que se seleccionó una empresa (HZX) como objeto de estudio, fue vital la utilización de los Indicadores ETHOS de RSE (2008), los cuales sirven como herramienta para apoyar a la gestión de las actividades de intervención social, además se realizó una serie de entrevistas a los líderes del tema en HZX. Tiene como finalidad concretar el concepto y las implicaciones que tiene la Responsabilidad Social empresarial para las compañías, identificando su mecanismo de intervención social en la sociedad colombiana, los beneficios que le ha traído dicha intervención estratégica y finalmente, si hace parte o no de su estrategia competitiva.

La relevancia de este antecedente para la presente investigación es lograr que por medio de la Responsabilidad Social Empresarial las empresas puedan estar siempre cerca de las comunidades con el fin de ser cada vez más competitivas en sus respectivas áreas de acción directa.

Bases Teóricas

La investigación como proceso activo de generación de conocimiento, requiere que se muestren los aspectos que a nivel de referencia se desarrollan para dar sustentación teórica a los resultados; en este sentido se analizó una serie de enfoques que contribuyen con el entendimiento del trabajo de investigación. Según el autor Méndez, C. (2006:64) Trata de la descripción de los elementos teóricos planteados por uno y/o diferentes autores y que permiten al investigador fundamentar su proceso de

conocimiento. Por lo que, En esta fase se mencionan las teorías utilizadas por diferentes variables, con la finalidad de tomarlos en cuenta para el diseño de la propuesta. A tal efecto, se estructuró en función a los objetivos del estudio referidos a la elaboración de lineamientos estratégicos, fortalecimiento de la Responsabilidad Social Empresarial para el Desarrollo Social de la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial. Sin embargo se consideró necesario iniciar las bases teóricas con algunas apreciaciones sobre estrategia y planificación estratégica para poder entender lo relativo a los lineamientos estratégicos que se desean proponer.

El carácter social de las organizaciones productivas es reconocido por las teorías económicas más antiguas, debido a que la producción económica es por sí misma un continuado tejer de relaciones humanas, de intercambio y por lo tanto de un reparto de tareas y funciones. Aunque lo más fundamental para la empresa sea la obtención de un excedente, en último término su labor está subordinada a los fines de la comunidad en la que se desarrolla.

En el siglo XVIII, Adam Smith formula su teoría de competencia perfecta, según la cual el libre juego de la oferta y la demanda y la búsqueda privada de la ganancia monetaria no sólo no disolvía la cohesión social, sino que suponía la solución idónea para la pobreza. Acontecimientos actuales han puesto en duda la solvencia de esta teoría, reconsiderando nuevamente las competencias y responsabilidades de la empresa en el plano social, implicando a éstas en un papel que va más allá de la mera cuestión técnica y económica.

Se habla de la Responsabilidad Social como una nueva dimensión empresarial preocupada por el concepto de sostenibilidad, en el que tienen cabida a un mismo nivel las facetas económica, social y medioambiental. El

desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable.

Estrategia

La estrategia es producto de un acto innovador, lógico y aplicable, que genera un grupo de acciones coherentes de asignación de recursos y decisiones tácticas. Estas acciones van encaminadas a lograr que la empresa alcance una posición competitiva ventajosa en el entorno socio-económico donde se desenvuelve y mejorar la eficacia de la gestión.

El concepto de estrategia puede definirse a lo sumo, por dos perspectivas:

1. Desde la perspectiva de lo que una organización pretende hacer.
2. Desde la perspectiva de lo que una organización finalmente hace.

Según (Ibidem, 2005) en la primera perspectiva la estrategia es el programa general para definir y alcanzar los objetivos de la organización y poner en práctica su misión. En ésta definición el vocablo programa indica el papel activo (conocido como planificación estratégica o administración estratégica), racional y bien definido que desempeñan los administradores al formularse la estrategia de la organización.

Según (Mintzberg y Quinn, 1997) en la segunda perspectiva la estrategia es el patrón de respuesta de la organización a su ambiente a través del tiempo. Conforme a ésta definición toda organización cuenta con una estrategia (no necesariamente eficaz), aún cuando nunca haya sido formulada de modo explícito. Esta visión de estrategia es aplicable a las

organizaciones cuyos administradores son reactivos, aquellos que responden pasivamente y se ajustan al entorno sólo cuando surge la necesidad.

La esencia de las definiciones del concepto de estrategia se centran en:

1. Expresa la visión del estado deseado a alcanzar en el futuro.
2. El enfoque sistemático en las relaciones internas de la organización y con su entorno.
3. La dirección de los recursos hacia fines específicos.
4. Una activa posición operacional con carácter proactivo.
5. La definición de términos ó plazos temporales.

Criterios para una Estrategia Eficaz

No hay una norma fija que garantice el éxito al momento de aplicar una estrategia, cada situación estratégica es única, por ende el hecho de que una estrategia haya funcionado no es aval suficiente para juzgar cualquier otra estrategia. Algunos estudios sugieren ciertos criterios básicos para evaluar una estrategia entre ellos destacan:

- **Objetivos claros y precisos:** No todas las metas requieren ser escritas o precisadas numéricamente, pero sí deben entenderse bien y ser decisivas, es decir, el logro de esas metas debe asegurar la viabilidad y vitalidad continuas de la empresa u organización frente a sus contrincantes.
- **Conservar la iniciativa:** Una posición reactiva prolongada engendra cansancio, hace descender la moral, cede la ventaja del tiempo y los intangibles a los contrincantes. Por último, tal posición incrementa los

costos, disminuye el número de opciones disponibles y baja la probabilidad de alcanzar el éxito necesario para asegurar la independencia y continuidad.

- Flexibilidad: El reforzamiento de habilidades, un ámbito de acción planeado y la ubicación renovada permiten mantener a los contrincantes, con un mínimo de recursos, en relativa desventaja.
- Liderazgo coordinado y comprometido: Los líderes deben ser seleccionados y motivados de tal manera, que sus propios intereses y valores coincidan con las necesidades del papel que se les asigne. Las estrategias exitosas requieren de compromisos, no sólo de aceptación.
- Sorpresa: La velocidad, el silencio y la inteligencia para atacar, en momentos inesperados, a desprevenidos y desprovistos contrincantes. Junto con una correcta sincronización, la sorpresa puede alcanzar un éxito fuera de toda proporción en cuanto a la energía utilizada, y puede cambiar de manera decisiva posiciones estratégicas.
- Seguridad: Se debe tomar en cuenta si la estrategia asegura la base de recursos y demás aspectos operativos fundamentales para la empresa, si desarrolla la logística imprescindible para sustentar cada uno de los impulsos principales.

Formulación de una Estrategia

Según (Thompson y Strickland, 2007), la estrategia es el patrón de los movimientos de la organización y de los enfoques de la dirección que se usa para lograr los objetivos organizacionales y para luchar por la misión de la organización. El patrón de movimientos y enfoques que ya se ha seguido indica cuál es la estrategia existente; los movimientos y enfoques planificados muestran cómo debe perfeccionarse o cambiarse la estrategia

existente. Casi siempre, la estrategia de una organización consiste en una mezcla de movimientos anteriores, de enfoques que ya se han tomado y el trazo de nuevas acciones.

La formulación de una estrategia es fundamentalmente una actividad empresarial que incluye la aceptación de riesgos, la aventura, la creatividad empresarial y una buena visión para detectar nuevas oportunidades en el mercado y de esa forma crear un plan de acción estratégico. El Plan de Acción Estratégico de una empresa es dinámico, y continuamente sufre revisiones, refinamientos y mejoras.

La estrategia de una compañía se desarrolla progresivamente a medida que se van presentando diferentes acontecimientos y conforme aumenta la experiencia directiva. No se puede planear todo con anticipación, incluso los mejores planes deben adaptarse a condiciones cambiantes y a sucesos imprevistos.

Por lo tanto, la formulación de la estrategia se compone de dos elementos: uno productivo que tiene carácter anticipativo y el otro concebido como respuesta a nuevos desarrollos, oportunidades especiales y experiencias con los éxitos y fracasos de movimientos, enfoques y acciones estratégicas anteriores.

Implantación y Ejecución de la Estrategia.

Según (Thompson y Strickland, 2007) la función de implementar una estrategia consiste en ver qué hace falta para que ésta funcione y alcance el resultado previsto en el programa; la habilidad reside en saber cómo lograr los resultados. Principalmente, el trabajo de implantar una estrategia consiste en una tarea directiva que penetra en muchos asuntos internos. Los principales aspectos directivos relacionados con la ejecución de la estrategia incluyen:

- Promover una organización capaz de conseguir que la estrategia funcione con éxito.
- Desarrollar presupuestos que destinen recursos a aquellas actividades internas cruciales para el éxito estratégico.
- Motivar a las personas de manera que persigan los objetivos con energía y, si fuera necesario, modifiquen sus responsabilidades y su conducta para que se adapten a las exigencias que requiere la ejecución de la estrategia con éxito.
- Vincular la estructura de recompensas al logro de los resultados planeados.
- Crear un entorno laboral que propicie la implantación exitosa de la estrategia.
- Establecer políticas y procedimientos que apoyen a la estrategia.
- Desarrollar un sistema de información y elaboración de informes que permita seguir el avance que se consiga y supervise el resultado.
- Ejercer el liderazgo interno necesario para impulsar la implantación y continuar las mejoras en cuanto a la forma en que la estrategia está siendo ejecutada.

Fundamentalmente, la implantación de la estrategia es una actividad directiva; la organización, el presupuesto, la motivación, el desarrollo de la

cultura, la supervisión y el liderazgo forman parte de “hacer que las cosas sucedan” y lograr los resultados financieros y estratégicos esperados. La meta de la dirección consiste en crear ajustes y lo que se necesita para llevar a cabo una ejecución eficaz de la estrategia. Mientras más fuerte sea el ajuste, mejor será la ejecución de la estrategia.

Planificación Estratégica

Según Kotler y Armstrong (2005), la planificación estratégica es el proceso gerencial de desarrollar y mantener una dirección estratégica que pueda alinear las metas y recursos de la organización con sus oportunidades cambiantes de mercadeo. En este mismo orden de ideas, la planificación estratégica es el proceso a través del cual se declara la visión y la misión de la empresa, se analiza la situación interna y externa de ésta, se establecen los objetivos generales, se formulan las estrategias y planes estratégicos necesarios para alcanzar dichos objetivos. Tomassini (2006) dice que:

La planeación estratégica es un conjunto de acciones que deben ser desarrolladas para lograr los objetivos estratégicos, lo que implica definir y priorizar los problemas a resolver, plantear soluciones, determinar los responsables para realizarlos, asignar recursos para llevarlos a cabo y establecer la forma y periodicidad para medir los avances (p.12).

Según (Mintzberg y Quinn, (1997:65) la planeación estratégica no es más que “el proceso de relacionar las metas de una organización, determinar las políticas y programas necesarios para alcanzar objetivos específicos en camino hacia esas metas y establecer los métodos necesarios para asegurar que las políticas y los programas sean ejecutados”, es un proceso formulado de planeación a largo plazo que se utiliza para definir y alcanzar metas organizacionales.

El objetivo de la planificación estratégica no es sólo planear, sino realizar en forma ordenada un amplio número de actividades que a su vez, implican el uso de recursos humanos y materiales. Un aspecto importante en la planificación es su actualización, pues un plan que no se actualiza perdería su vigencia en el tiempo en cuanto a los objetivos y metas trazadas por la empresa.

En los aspectos relacionados con la planificación estratégica antes expuestos se pueden apreciar varios matices en común, tales como:

- Es un proceso que se utiliza para definir y alcanzar las metas organizacionales.
- Se deben establecer los mecanismos necesarios para poder evaluar el cumplimiento de lo acordado.
- Es un proceso de planificación cuya temporalidad depende del tipo de empresa donde se vaya a aplicar y de sus respectivas necesidades.
- Se realiza sobre la base de un análisis del ambiente.
- Es un proceso continuo, flexible e integral.
- De vital importancia para la organización y la responsabilidad recae en la directiva.

Importancia de la Planificación Estratégica en una Organización.

El pensamiento estratégico de las empresas es la coordinación de mentes creativas dentro de una perspectiva común que le permite a un negocio avanzar hacia el futuro de una manera satisfactoria para todos. El propósito del pensamiento estratégico es ayudar a explorar los muchos

desafíos futuros, tanto previsibles como imprevisibles, más que prepararlos para un probable mañana único.

Según (Andrews, 2006), las ventajas del pensamiento estratégico de alto nivel y una dirección estratégica consistente (contraria a las corazonadas e improvisación) incluyen:

- Proporcionar una mejor guía a la organización completa sobre el punto crucial de “qué estamos tratando de hacer y de lograr”.
- Hacer que los gerentes estén más alerta a los vientos de cambio, a las nuevas oportunidades y a los desarrollos amenazadores.
- Proporcionar a los gerentes ideas para que evalúen peticiones de presupuestos en competencia para inversión de capital y nuevo personal, un razonamiento que defiende con fuerza el destinar recursos en áreas que producen resultados y que apoyan la estrategia.
- Ayudar a unificar las numerosas decisiones relacionadas con la estrategia que toman los directivos en toda la organización.
- Crear una actitud directiva más proactiva y contrarrestar las tendencias hacia las decisiones reactivas y defensivas.

Gerencia Estratégica y Planificación Estratégica

Gerencia Estratégica es un proceso donde la organización planifica con claridad lo que desea lograr y utiliza estrategias para disminuir o anular la incertidumbre, a través de la incorporación de mucha creatividad e innovación, respondiendo rápidamente, con acciones flexibles a los problemas que impactan a la empresa, todo con el fin de tener éxito. Ahora

bien, luego de la descripción de la estrategia, la gerencia y planificación estratégica se transcribe lo relativo al objeto de estudio. En este contexto, se consideró pertinente una serie de conceptualizaciones sobre la empresa, la responsabilidad social empresarial y la asesoría.

Responsabilidad Social Empresarial

Lo que se entiende por Responsabilidad Social Empresarial es bastante amplio; entre las definiciones que se pueden encontrar destaca la de Chiavenato (2002) quien considera la Responsabilidad Social Empresarial como la actuación social responsable de los miembros de una organización, con actividades de beneficencia y las responsabilidades que la misma tiene con la sociedad en general y, en particular, con su ambiente de tarea, es decir, con aquellos grupos o parte de la sociedad con qué está más en contacto.

Por otra parte, según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) la Responsabilidad Social de la empresa es el conjunto de acciones que toman en consideración las empresas para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores. La RSE es una iniciativa de carácter voluntario.

La Responsabilidad Social Empresarial se emplea como un término para describir diferentes iniciativas de orden económico, social y medioambiental realizadas por las empresas, que no necesariamente tienen sustento jurídico y son en su mayoría acciones voluntarias y, por tanto, la Responsabilidad Social es aquella que implica un compromiso voluntario de

las empresas para contribuir con el desarrollo sostenible y el mejoramiento de la calidad de vida de empleados, comunidad local y sociedad en general.

Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial.

Según (Kliksberg,2003) la Responsabilidad Social de la empresa es una combinación de aspectos legales, éticos, morales y ambientales, y es una decisión voluntaria, no impuesta; se basa en la orientación de los esfuerzos de la empresa hacia una estrategia actual con esperados beneficios. Así mismo, Kliksberg, afirma que se está considerando a la Responsabilidad Social de la empresa abarcando aspectos internos y externos, los que han sido tratados por expertos en el tema, los primeros orientados a los colaboradores o el equipo de trabajo, sus asociados y accionistas, y los segundos, los externos a clientes, proveedores, familia de los trabajadores, la vecindad y el entorno social, entre estos el medio ambiente.

Inversión de la Empresa en Responsabilidad Social Empresarial.

En principio hay que identificar las limitaciones que el concepto de responsabilidad social tiene empresarial tiene para los empresarios dado que el tema se ha centrado más en asuntos de tipo ambiental, desarrollo sostenible y producción más limpia, por constituir uno de los frentes de mayor atención por la importancia que ello reviste para el planeta y la misma humanidad, pero no debe ser el único, ya que aspectos como la educación, la salud, la vivienda, la infraestructura productiva y social y la alimentación son muy poco atractivos por quienes se interesan por los temas de responsabilidad social empresarial.

La Responsabilidad Social Empresarial para los empresarios debe ser entendida desde varios aspectos:

- a) Permite que las empresas desarrollen una visión integral de futuro que incluya la comunidad donde actúa y la sociedad en general.
- b) Implica nuevas formas de organización con mecanismos reales de eficiencia y productividad para sus trabajadores, todo lo cual redundará en ganancias/utilidades presentes y futuras.
- c) Implica que su proyección interna y externa promueva no sólo la dotación de dinero y equipos, sino la participación activa de sus trabajadores en las actividades que desarrolla la sociedad.

Sin embargo, en la manera cómo se viene abordando el tema de responsabilidad social empresarial existe una aparente contradicción con los intereses de las empresas y los empresarios de cara a su función netamente económica. Es por ésta razón que se debe hablar de “inversión” y no un “gasto” al momento de abordar el tema de la Responsabilidad Social Empresarial dado que es poco probable que una empresa asuma una política de Responsabilidad Social si se le convierte en un gasto que va en contra de sus intereses económicos, pues no podemos ignorar que en el lenguaje empresarial todo se mide en costos de inversión que produce retornos en utilidades.

De otro lado, si tenemos en cuenta que, bajo la perspectiva actual, los objetivos empresariales de la empresa están enfocados a lograr mayor conciencia y productividad; la Responsabilidad Social Empresarial debe abarcar aspectos internos y externos. Los primeros están orientados a los trabajadores, sus asociados y accionistas, y los segundos, los externos a clientes, proveedores, familia de los trabajadores y el entorno social donde actúa.

Queda el entonces el reto de hacer que los conceptos de productividad y de consciencia a la vez que se constituyen en la razón que lleva a que las decisiones gerenciales se hagan valorando el costo-beneficio, la inversión realizada con respecto al esfuerzo humano desarrollado, pero desde una perspectiva en el tiempo que no ponga en riesgo el futuro de la empresa misma. Así, la empresa puede asumir su rol social de muchas maneras sin perder de vista su función económica y que le otorguen mejor posición competitiva, humana y gerencial, le asegure sostenibilidad y presencia actual y futura.

De la experiencia en el exterior encontrada, se enumeran una serie de opciones para la empresa que le permiten internalizar su Responsabilidad Social Empresarial desde una perspectiva de colaboración e interacción tanto con las acciones del Estado como las que pueda ejecutar con apoyo de las organizaciones de la sociedad civil. Dichas opciones pueden ser asumidas por la empresa dependiendo de su dimensión y del contexto socio-cultural en el que se desarrollan:

Acciones de Responsabilidad Social Empresarial común a todas las empresas.

- ✓ Usar sus recursos humanos y materiales para maximizar sus utilidades en un juego competitivo limpio, con ética y respeto a la ley.
- ✓ Hacer inversiones socialmente responsables con respeto al medio ambiente y contribuyendo al desarrollo sustentable.
- ✓ Definir políticas, valores y normas de actuación interna.
- ✓ Creación de organizaciones inteligentes.
- ✓ Desarrollo de tecnologías acordes a los requerimientos del mundo globalizado.

- ✓ Aportes al diseño e implementación de políticas públicas.
- ✓ Financiación de programas de educación, capacitación y entrenamiento.
- ✓ Apoyo en labores del Estado para la implementación de sus políticas públicas.
- ✓ Realización de alianzas estratégicas con la comunidad para buscar objetivos comunes.
- ✓ Contribución a la creación de confianzas de la gente y al fortalecimiento de valores.

Acciones de Responsabilidad Social Empresarial de las PYMES.

- ✓ Generación de empleos.
- ✓ Búsqueda de la innovación y adaptación de tecnologías productivas.
- ✓ Estructuración de redes y/o cadenas productivas para el ciclo completo producción-comercialización. Individualmente, provisión de bienes y servicios especializados (para segmentos o nichos de mercado).

Dimensión Ética de la Responsabilidad Social Empresarial con el medio ambiente.

En este aspecto se adoptó el criterio de Pérez (2003), quien alude al Libro Verde; Global Compact (ONU); Global Reporting Initiative (GRI); Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE); Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCDS); Corporate Social Responsibility Europea (CSR).

En relación al tratamiento de la ética desde su definición como disciplina filosófica, el surgimiento de la ética aplicada y la dimensión ética de la actividad empresarial. Así como el tratamiento teórico del concepto de responsabilidad social de las empresas.

Desde una perspectiva eminentemente práctica se analizan diferentes enfoques adoptados por los distintos organismos internacionales públicos y privados que impulsan el tema en sus documentos de trabajo más significativos sobre la responsabilidad social de las empresas en particular con el medio ambiente. Se analizan seis organismos internacionales (Comisión de las Comunidades Europeas, Organización de las Naciones Unidas, Global Reporting Initiative, Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible, Corporate Social Responsibility Europea) que en sus documentos van marcando la filosofía ética de preservación del medio ambiente como responsabilidad social de las empresas.

Al hablar de ética necesariamente tenemos que hablar de filosofía, debido a que la ética pertenece a ésta esfera del conocimiento. La ética es una disciplina filosófica cuyo objeto de estudio es la moral. Si por moral hay que entender el conjunto de normas o costumbres que rigen a la conducta de una persona para que pueda considerarse buena, la ética es la reflexión racional sobre qué se entiende por conducta buena y en qué se fundamentan los denominados juicios morales.

La ética es la normativa de la actividad humana en orden del bien; reflexiva, porque estudia los actos no como deberían de ser y es práctica ya que se enfoca al campo de acción humano.

Autores latinoamericanos como Llano, (2007) reconocen a la empresa como comunidad de personas de cuya esencia dimana la dimensión ética – moral de todas sus acciones” la empresa es una comunidad de personas en donde la condición de ser personas prevalece sobre cualquier otra condición incluso la condición que se deriva de su pertenencia a esa comunidad que se llama empresa”. A partir de esta definición de la empresa como comunidad de persona Llano (ob.cit) explica que la empresa como comunidad de personas obliga a entender que las empresas se rigen más que nada por las leyes y principios que derivan de las personas y establecen los siguientes niveles de las actividades realizadas por el hombre en la empresa o en torno a la empresa:

1. La personificación del trabajo directivo. (Por la estrecha relación con el sujeto que lleva a cabo este trabajo).
2. La personificación del trabajo operativo. (Por la estrecha relación que este trabajo guarda con el operario, aunque no es una relación total, ya que el trabajo operativo se encuentra estrechamente vinculado con el objeto sobre el que se opera).
3. La personificación del inversionista o capitalista. (Por cuanto la vinculación de las inversiones con la persona que invierte no desaparece nunca).
4. La personificación del acto de comprar en relación no ya con quien compra (que correspondería al primero o segundo grado), sino en relación con a quien compramos, es decir, la persona del proveedor, y la personificación del acto de vender en relación con quien vende.

Niveles de Personificación en la Empresa

- Trabajo directivo.
- Trabajo operativo.

- Inversionista.
- Consumidor o Cliente.
- Vendedor o Proveedor.

Destaca Llano (ob.cit) que la empresa en cuanto a comunidad de personas, tiene su eje en las características relacional de las personas y su tarea principal es lograr la síntesis, armonía y hasta potenciar el logro de todos los intereses de las personas que constituyen la empresa. En este contexto, surgen una serie de profesionales, algunos antes mencionados, que tratan el concepto de responsabilidad social de las empresas.

Según Fernández, (2007:54) "... el ser socialmente responsable no significa sólo cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, avanzando voluntariamente hacia nuevas exigencias – mayor inversión en capital humano, mejor relación con los interlocutores, mayor respeto al medio ambiente". Reconoce así el autor en la responsabilidad social de las empresas, el conjunto de aspiraciones éticas, de propuestas axiológicas, de requerimientos morales que resultan decisivos para la supervivencia de la propia empresa. Donde la ética sea expresión automática de la propia esencia de la empresa.

Para el autor Argandoña (2008) la teoría de la Responsabilidad Social de la empresa oscila entre dos extremos: uno el bien común que reduce dicha responsabilidad a la consecución de beneficios máximos para los accionistas y otro que extiende esa Responsabilidad a una amplia gama de agentes con los que se relaciona la empresa (Stakeholders), desde los propios accionistas hasta la comunidad local, la sociedad en general y el mundo entero pasando por directivos, empleados y trabajadores,

proveedores clientes, grupo de intereses, sindicatos, competidores y otros muchos participantes.

Para los garantes de la teoría del bien común, el principio, el sujeto y el fin de la sociedad y de todas sus instituciones es y debe ser la persona humana. Se debe identificar: cuál es el bien común de la comunidad de personas que conforman la empresa. Así se tiene que en primer lugar es satisfacer sus necesidades. En segundo lugar desarrollarse como personas. Argandoña (2008) señala en relación a cuál es el bien común de la empresa que:

Es el cumplimiento de su fin como empresa: la creación de aquellas condiciones que permitan a sus miembros la consecución de su fin individual. Pero tiene una entidad propia: es el fin de la empresa que, como tal, existe, y se puede diferenciar del fin de sus miembros. No es, pues, la suma de esos fines individuales, primero, porque éstos incluyen muchas más cosas que lo que la empresa les puede dar y, segundo, porque la empresa facilita la consecución de los fines de las personas de modo indirecto, a través de su propio fin (p.34).

Por lo tanto, se puede decir que, esta concepción comprende la relación empresa – persona al explicar que la medida en que la empresa desarrolle el bien común, todos participarán de él aunque de maneras diferentes y en proporciones diversas. En lo que respecta a la teoría de los stakeholders tan ligada a la Responsabilidad Social Empresarial es presentada en el marco de las teorías de la organización. Ahora bien cómo se puede explicar lo que significan los stakeholders. De acuerdo con Freeman “los stakeholders son cualquier grupo o individuos que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa.

La lista de los stakeholders se amplía para incluir clientes y proveedores, bancos y sindicatos, la comunidad local, las autoridades, las asociaciones de intereses, los competidores entre otros, hasta abarcar a todos los hombres de todos los tiempos, por la unidad de la familia humana. La teoría del bien común introduce un cambio importante en el enfoque tradicional de los stakeholders. La teoría del bien común se sustenta, en el concepto clásico de bien: la empresa hace bien a muchas personas, a algunas, por obligación a otras, de modo más o menos involuntario.

Y debe hacer bien a ciertos colectivos, en virtud de su obligación de contribuir al bien común, que va desde el bien común de la propia empresa hasta el de la comunidad local, el país y toda la humanidad, también la futura. Esta teoría fundamenta la participación de las personas y de las empresas en el bien común. Reconociendo la participación de las personas y de las empresas en el bien común. Participación activa, adecuada a las circunstancias y posibilidades de cada persona o empresa atendiendo a los principios de eficacia o capacidad y necesidad.

La teoría del bien común ofrece una base suficientemente sólida para la teoría de los stakeholders, así como medios para el desarrollo en cada caso concreto de los derechos, y deberes de esos partícipes, en función del bien común de la empresa, de la peculiar sociedad que se cree entre empresa y stakeholders y de la sociedad en conjunto.

Según el Libro Verde – Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. “La Responsabilidad Social Empresarial es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio”. Este libro relaciona numerosos factores que impulsan

el avance de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones, entre ellos pueden señalarse:

- Las nuevas inquietudes y expectativas de los ciudadanos, consumidores, poderes públicos e inversores en el contexto de la mundialización y el cambio industrial a gran escala.
- Los criterios sociales influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas o las instituciones tanto en calidad de consumidores como de inversores.
- La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica.
- La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación.

El propio desarrollo de la sociedad en que las empresas se enfrentan a los retos de un entorno en mutación en el contexto de la mundialización y, en particular, del mercado interior, aumenta el convencimiento de que la Responsabilidad Social puede tener un valor económico directo.

Aunque la responsabilidad principal de las empresas consiste en generar beneficios, puede contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales, integrando la Responsabilidad Social Empresarial como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades.

La Responsabilidad Social Empresarial es importante en todos los tipos de empresas y todos los sectores donde se desarrolle actividad empresarial. El aumento de la puesta en práctica de la Responsabilidad Social en las

pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque es en este tipo de empresa donde preferentemente se crean nuevos puestos de trabajo y son las que más influyen en la economía.

Diferentes organismos internacionales trabajan el tema de la Responsabilidad Social Empresarial. Algunas instituciones han empezado a desarrollar definiciones operativas, que se van consolidando en el tiempo con la práctica y con el desglose de los aspectos incluidos en el concepto de la Responsabilidad Social.

El Libro Verde divide las áreas de contenido de Responsabilidad Social Empresarial en dos bloques, el primero relativo a aspectos internos y el segundo a aspectos externos. La dimensión interna de la Responsabilidad Social de la empresa se refiere a aspectos relacionados con los empleados y aspectos medioambientales. Abarca las siguientes dimensiones:

- Gestión de los recursos humanos.
- Salud y seguridad en el lugar de trabajo.
- Adaptación al cambio.
- Gestión de impacto ambiental y de los recursos naturales, incluyendo aspectos como la disminución del consumo de recursos o de los desechos y de las emisiones contaminantes o política integrada de productos.

El segundo bloque de aspectos integrados de la Responsabilidad Social Empresarial son los referidos a la dimensión externa agrupados en torno a las siguientes dimensiones:

- Comunidades locales, sugiere el Libro Verde la integración de las empresas en su entorno local.
- Socios comerciales, proveedores y comunidades.
- Derechos humanos.
- Problemas Ecológicos mundiales. El Libro Verde destaca la importancia de la contribución de las empresas para la consecución de un desarrollo sostenible, mencionando las disposiciones en esta línea del Pacto Mundial y de las directrices de la OCDE.

Global Compact (ONU)

El Global Compact (GC) está integrado por nueve principios no vinculantes, agrupados en torno a tres dimensiones. Los principios de la (GC) no tienen carácter normativo, pero están inspirados en la Declaración Universal de Derechos Humanos, la Declaración de la OTT sobre Principios y Derechos Fundamentales de los trabajadores y los Principios de Río sobre Medio Ambiente y Desarrollo. Estos principios de la (GC) tienen autoridad moral en la Responsabilidad Social Empresarial. Las dimensiones que incluye son las siguientes:

- Derechos humanos.
- Normas laborales.
- Medio ambiente.

Por tal razón, las empresas deben apoyar la aplicación de un criterio de precaución en lo que concierne a los problemas ambientales, además de adoptar iniciativas para promover una mayor Responsabilidad Ambiental y alentar el desarrollo y la difusión de las tecnologías inocuas para el medio

ambiente. La Global Compact y la GRI, han establecido un marco de Cooperación de acuerdo al cual ambas iniciativas se complementan siendo la GRI para las empresas una expresión práctica de la Global Compact.

Global Reporting Initiative (GRI).

El borrador de las Directrices 2002, para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad desglosa con detalles los distintos aspectos sobre los cuales las empresas deben informar, en el entendido de que todos ellos son aspectos constitutivos de su sostenibilidad y por lo tanto indicativos de su Responsabilidad Social. En este orden de ideas, la memoria debe incluir secciones sobre su Visión y Estrategia, el Perfil de la Organización, incluyendo una descripción de sus principales stakeholders y la descripción de su estructura de gobierno, sus políticas y sistemas de gestión y sus indicadores de actuación.

Uno de los aspectos claves, y probablemente el mayor reto, del proceso de elaboración de las Directrices 2002, es la definición de los indicadores sobre los cuales deben informar las empresas en sus Memorias de Sostenibilidad. Estos indicadores se agrupan en torno a tres bloques, la actuación económica, la actuación ambiental y la actuación social de la empresa.

La GRI no busca establecer un nivel mínimo o máximo de contenido en torno a cada uno de ellos, que será muy variable en función del sector empresarial y tamaño de la empresa pero sí establece abiertamente que la empresa quiere preparar su memoria de sostenibilidad” de acuerdo con las Directrices 2002 debe informar sobre los indicadores centrales regularmente

y de forma completa, de acuerdo con principios de consistencia, precisión, neutralidad y transparencia. Los indicadores de actuación aparecen como:

- Indicadores de actuación económica.
- Indicadores de actuación social.
- Prácticas laborales.
- Derechos humanos.
- Sociedad.
- Indicadores de actuación medioambiental, agrupados en torno a:
 1. Materiales: total de materiales usados y porcentaje de materiales usados que son residuos externos.
 2. Energía: uso directo o indirecto.
 3. Agua: uso total, reciclado y reutilización.
 4. Biodiversidad: suelo utilizado, principales impactos, entre otros.
 5. Emisiones, vertidos y residuos: gases de efecto invernadero, cantidades totales de residuos, entre otros.
 6. Vertidos de agua.
 7. Proveedores (se incluye como indicadores adicionales los relacionados con los aspectos medioambientales de los proveedores).
 8. Productos y servicios: impacto en cada fase del ciclo de vida.
 9. Transporte con fines logísticos (considerado como indicador adicional).
 10. Cumplimiento: penalizaciones por incumplimiento de disposiciones legales relacionadas con temas ambientales.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

Las directrices de la OCDE son también muy ilustrativas en cuanto al desglose de las áreas contenidas en la noción de la Responsabilidad Social Empresarial. La sección de Principios Generales se abre con una disposición que establece que las empresas deberán contribuir al progreso económico, social y medioambiental con miras a lograr un desarrollo sostenible y sustentable.

En esta misma sección se pide que las empresas respeten los derechos humanos de las personas afectadas por sus actividades, estimulen la generación de capacidades locales y fomenten la formación del capital humano. Asimismo se establece una serie de principios relativos al desarrollo de buenas prácticas de gobierno empresarial y de relaciones entre la empresa y las sociedades en las que desarrolla su actividad. Se establecen las siguientes secciones:

- Publicación de informaciones.
- Empleo y Relaciones Laborales.
- Lucha contra la Corrupción.
- Ciencia y Tecnología.
- Intereses de los Consumidores.
- Competencia y Fiscalidad.

Medio Ambiente disponiendo, entre otros aspectos, que las empresas deberán establecer y mantener un sistema de gestión medio ambiental que incluya aspectos de recopilación y evaluación de información relativa al impacto de la actividad empresarial, fijación de metas cuantificables y seguimiento y comunicación de los avances en su cumplimiento.

Las Directrices incluyen también referencias a principios desarrollados en la Cumbre de Desarrollo y Medioambiente de 1992, como la necesidad de realizar una evaluación del impacto ambiental en algunos casos o la aplicación del principio de precaución anteriormente ya mencionado.

Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD).

La WBCSD ha elaborado varios papeles de trabajo, dirigidos a sus asociados, en los que pretende contribuir a clarificar el concepto de Responsabilidad Social Empresarial y desarrollar herramientas prácticas para su puesta en marcha. De acuerdo al primer documento de WBCSD sobre el tema, las principales áreas de la Responsabilidad Social Empresarial son:

- Los Derechos Humanos.
- Los Derechos de los Empleados.
- La Protección del Medio Ambiente.
- La Participación en la Comunidad.
- Las Relaciones con los Proveedores.

Estas áreas están cruzadas horizontalmente por dos cuestiones relacionadas, la participación de los stakeholders y el seguimiento del cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. En el documento del 2000 el WBCSD añade otras áreas de contenido como:

- La transparencia.
- La Educación del Consumidor.
- La Corrupción.

Comparación del tratamiento de la Responsabilidad Social Empresarial respecto al medioambiente.

Aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial respecto al medio ambiente:

1. Comisión de Comunidades Europeas. Libro Verde

- Disminución del consumo de recursos.
- Disminución de desechos.
- Disminución de emisiones contaminantes.
- Política integrada de productos.
- Desarrollo sostenible.
- Organización y documento.
- Aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial respecto al medio ambiente.

2. Organización de las Naciones Unidas:

- Global.
- Compact.
- Criterio de Precaución respecto de los problemas ambientales.
- Iniciativas para promover una mayor Responsabilidad Ambiental.
- Difusión de las tecnologías inocuas para el medio ambiente.
- Aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial respecto al medio ambiente.
- Materiales: total de materiales usados y porcentaje de materiales usados que son residuos externos.

- Energía: uso directo o indirecto.
- Agua: uso total, reciclado y reutilización.
- Biodiversidad: suelo utilizado, principales impactos, entre otros.
- Emisiones, vertidos y residuos: gases de efecto invernadero, cantidades totales de residuos, entre otros.
- Vertidos de agua.
- Proveedores (se incluye como indicadores adicionales los relacionados con los aspectos medioambientales de los proveedores).
- Productos y servicios: impacto en cada fase del ciclo de vida.
- Organización y documento.

3. Global Reporting Initiative (GRI).

- Transporte con fines logísticos.
- Cumplimiento: penalizaciones por incumplimiento de disposiciones legales relacionadas con temas ambientales.
- Organización y documento.
- Aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial respecto al medio ambiente.

4. Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

- Establecer y mantener un sistema de gestión medio ambiental que incluya aspectos de recopilación y evaluación de información relativa al impacto de la actividad empresarial.
- Fijación de metas cuantificables y seguimiento y comunicación de los avances en su cumplimiento.

- Evaluación del impacto ambiental en algunos casos.
- La aplicación del principio de precaución.
- Organización y documento.
- Aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial respecto al medio ambiente.

5. Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD)

- La Protección del Medio Ambiente.
- La Participación de los Stakeholders.
- El seguimiento y la evaluación del cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.
- La transparencia.
- Organización y documento.
- Aspectos de la Responsabilidad Social Empresarial respecto al medio ambiente.

6. Corporate Social Responsibility Europea (CSR).

- Sostenibilidad.
- Proyectos dirigidos a la sensibilidad sobre cuestiones ambientales.
- Gestión de los residuos.
- Prevención de la contaminación.

La Responsabilidad Social Empresarial con respecto al medio ambiente tiene un marco teórico filosófico en diferentes documentos de organismos internacionales, su puesta en marcha requiere de la voluntad política de las diferentes naciones así como el diálogo y la negociación de los diferentes stakeholders.

Al ser la empresa parte integrante de la sociedad y al estar influenciada por ésta, es factible que cumpla su rol social y lo haga con responsabilidad sin descuidar su función primigeniamente económica: generar “ganancias” para sus grupos de interés. Asimismo, desde una visión prospectiva, “invertir” en Responsabilidad Social resulta “rentable” para la empresa dado que la hará más consciente de la realidad donde se desarrolla y productiva en el tiempo y el mercado premiará ese esfuerzo con lealtad y dinamismo. La empresa cuenta con muchas posibilidades de ejercer su función de una manera socialmente responsable dependiendo de su dimensión y del contexto donde se desarrolle.

Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial

Todo tipo de empresa puede ser socialmente responsable, independientemente de su tamaño y volumen de negocios, pudiendo desarrollar acciones de Responsabilidad Social como parte de su modelo de gestión. Para que la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial tenga éxito, la empresa debe adoptar este modelo de gestión como una respuesta estratégica ante los cambios en el entorno global, y hacer de ella, parte fundamental de la filosofía y de la estrategia corporativa.

Para generar una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial se deben considerar todos los elementos involucrados (personal, social, ambiental y económica) y las interrelaciones en tiempo y espacio, a fin de determinar el foco de escenarios en que la empresa genera mayor valor, capitalización de mercado y rentabilidad social en el tiempo, que dará como resultado un abanico de opciones para la toma de decisiones, lo que requiere

adicionalmente, una adecuada dosis de convicción directiva para lograr el éxito.

Una vez definida la línea estratégica, las distintas acciones deben optimizar los objetivos definidos, teniendo presente que ella sea parte de la “matriz integrada de comportamiento”, es decir, que todos los integrantes de la empresa deben conocer y trabajar en función de ella.

Para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, la empresa debe focalizar su actuar en potenciar 6 áreas, que de lograr un óptimo desarrollo, permitirían una adecuada puesta en marcha de la Responsabilidad Social Empresarial. Estas áreas son:

- a) Gobierno Corporativo y Sistemas de Gestión: Se refiere a incorporar la Responsabilidad Social Empresarial en el sistema de dirección y control de la empresa, a través de las definiciones estratégicas, del sistema de gestión y de la cultura organizacional.
Este liderazgo, basado en principios éticos, aplicará una cultura de la Responsabilidad Social que incorporará la sostenibilidad en el proceso de toma de decisiones.
- b) Calidad de Vida Laboral: Apunta a generar políticas y prácticas de gestión de recursos humanos que incidan en mejorar su bienestar, lealtad y productividad, a través de sistemas adecuados de: compensaciones y beneficios, capacitación, desarrollo profesional, conciliación personal – profesional, salud, seguridad en el trabajo, entre otras.
- c) Aprovechamiento Responsable: Se refiere a procurar políticas y prácticas de abastecimiento, a través de las cuales se puede mejorar indirectamente la calidad de vida de los trabajadores, de sus proveedores y la calidad de su medioambiente. Para ello se deben establecer sistemas de evaluación y selección de proveedores con

criterios ambientales y sociales, asegurar condiciones justas de pago y de buscar alianzas de mutuo interés.

- d) Producción, Calidad y Marketing Responsable: Apunta a generar políticas y prácticas relacionadas con clientes y consumidores, vinculadas a la elaboración del producto y a su comercialización, con objeto de incentivar la innovación, la calidad y seguridad del producto, el marketing responsable (precio, distribución, publicidad y promoción), la protección de datos y derechos de los consumidores, y la atención de preventa y postventa al cliente.
- e) Gestión Medioambiental: Se refiere a desarrollar y mejorar las políticas y prácticas de gestión ambiental, a través de la producción limpia, orientada a obtener los mismos niveles de producción con menor uso de recursos y menor generación de residuos, el mecanismo para la consecución de esto, es a través de las prácticas de aprovisionamiento (utilización de materias primas y recursos naturales de menor impacto ecológico); infraestructura de trabajo (modificación de equipos para utilizar tecnologías más eficientes); y/o recursos humanos (modificación de las técnicas y hábitos de trabajo).
- f) Apoyo a la Comunidad: Se refiere a la contribución al desarrollo económico y social de la comunidad en la que opera la empresa, a través de apoyo económico o en especies (productos y servicios, tiempo, conocimientos y otros).

La Empresa al Implementar la Responsabilidad Social Empresarial logra:

- Legitimación Social. Según la Teoría de la Legitimación, la supervivencia de la organización es dependiente del entorno en el que opera, dentro de

los límites y normas establecidas por la sociedad, por ello, las empresas asumen progresivamente responsabilidades dentro del ámbito social, más allá de su propia actividad económica, en una creciente tendencia de búsqueda de legitimación social.

- Reputación Corporativa. Las empresas deben descubrir las actividades que tienen una incidencia en la comunidad y tratar de encontrar formas de canalizar esa acción, si no son contrarias al interés público, o recomendar a la dirección modos de enmendar dichas acciones si son contrarias al interés público, a través de este acto, se refuerza “el buen hacer corporativo” y por tanto se influye en la imagen institucional que el público tiene de ellas, es decir, si realiza buenas acciones de Responsabilidad Social Empresarial, es probable que tenga mejor imagen en la mente de sus públicos, y eso le ayude a vender mejor, a mejorar su relación con los clientes, con los proveedores, entre otros, compatibilizando, el interés privado con el público.

Todo lo anterior, ayuda a conseguir que la empresa se transforme en una marca fuerte y con buena reputación; con una visión clara, con una cultura fuerte y adecuada, con unos empleados comprometidos con los valores y con un modelo de negocio capaz de cumplir las promesas que hace al mercado. La sociedad en la cual se implementa la Responsabilidad Social Empresarial, presenta condiciones necesarias para lograr la libertad y la prosperidad, sumado a un bienestar económico (crecimiento económico; desarrollo sustentable) y social. Los beneficios directos que recibe la sociedad son:

- Mejoras en la calidad de vida y protección del medio ambiente físico.
- Ofertas de oportunidades de empleo a grupos o sectores marginados.

- Programas educativos y de capacitación profesional que contribuyen a mejorar el entorno social. Participación y colaboración en la solución de problemas locales en lugares donde la empresa actúa.
- Contribución al desarrollo de áreas deprimidas o menos desarrolladas del país.

Factores, Ventajas y Desventajas de la Inserción de la Responsabilidad Social Empresarial.

Stakeholders: Los Stakeholders son grupos con poder real o potencial para influir en las decisiones gerenciales. Se entiende por “stakeholders” todas aquellas personas, grupos, empresas, la comunidad y la sociedad en cuanto tienen interés en la existencia y desarrollo de una empresa. Son los grupos que tienen interés en que la empresa sobreviva. Estos grupos de interés (personas u organizaciones) pueden afectar o verse afectados por las decisiones de la empresa de la que están interesados.

Los Stakeholders es un individuo o grupo de individuos que tiene intereses directos e indirectos en una empresa que puede ser afectado en el logro de sus objetivos por las acciones, decisiones, políticas o prácticas empresariales, ya que estas tienen obligación moral con la sociedad y estas obligaciones se conoce como Responsabilidad Social Empresarial. “ La Responsabilidad Social Empresarial es la participación activa de la empresa dentro de la comunidad donde desarrolla su actividad empresarial, prestando apoyo moral, económico, social y defendiendo los derechos laborales de sus trabajadores y de la comunidad”.

Los “stakeholders” es una concepción, que se interesa por las responsabilidades de la dirección en los niveles internos de la empresa como

asimismo de las relaciones con los participantes del “entorno inmediato”; son aquellas personas, grupos, empresas, la comunidad y la sociedad que tienen interés en la existencia y desarrollo de la empresa. En su importante obrar de la empresa, es decir “La Responsabilidad moral de la empresa” ante la sociedad.

Partes interesadas de los stakeholders: Se han priorizado algunos grupos generales de “stakeholders” basándose tanto en el impacto como en la influencia que tienen las empresas.

- Inversores y Entidades Financieras: Creación de valor para ambas empresas, es decir, los inversores y las entidades financieras con la empresa.
- Clientes: La empresa tendrá que mantener un contacto sostenido con sus clientes y hacer participe en el desarrollo de la Responsabilidad Social Empresarial.
- Empleados: La empresa tiene un compromiso con sus empleados, buscando la calidad de vida y defendiendo sus derechos laborales.
- Aliados Estratégicos y Proveedores: La empresa crea alianzas estratégicas con la finalidad de crear valor agregado con sus aliados y proveedores.
- Administradores y Reguladores: Crear compromiso con el medio ambiente y un compromiso con la sociedad donde se desarrolla su actividad empresarial.
- Propietarios y Comunidades de Vecinos: Ver el compromiso con el medio ambiente y el compromiso con la sociedad involucrada.
- Sociedad y Público en General: Tiene un compromiso con el medio ambiente y con la sociedad donde trabaja.

- **Creadores de Opinión y Conocimiento:** Tiene un compromiso con la sociedad, tratando de mejorar la calidad de vida dentro de la comunidad o ámbito donde desarrolla su actividad empresarial.

Asesoría y Responsabilidad Social Empresarial

Michael Porter al hablar de Responsabilidad Social Empresarial se enfoca en la inclusión de temáticas de naturaleza ética al interior de la visión estratégica de la empresa. En la sustancia, se trata de la voluntad de grandes, medianas y pequeñas empresas de gestionar de la mejor forma las temáticas de relevancia social y ética al interior de su actividad y en relación a los segmentos de interés, más allá de la obligación a seguir las leyes vigentes.

El papel que desempeña el asesor en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial es muy importante porque de una manera u otra es el guía para las empresas en cuanto a la implementación de programas y políticas que sean ciertamente socialmente responsables en todo el entorno donde la organización desarrolla todas sus funciones además de la comunidad donde se encuentra ubicada la misma. Podría decirse que es un interlocutor entre la empresa y la comunidad a la hora de llevar a cabo proyectos en el campo de la Responsabilidad Social Empresarial.

Bases Legales

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (publicada en G.O. N° 5.453 del 24 de marzo de 2000), cuyo artículo 135 establece que “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, corresponden a los o a las particulares según su capacidad. La ley proveerá lo conducente para imponer el cumplimiento de estas obligaciones, en los casos en que fuere necesario. Quienes aspiren al ejercicio de cualquier profesión, tienen el deber de prestar servicio a la comunidad durante el tiempo, lugar y condiciones que determine la ley”.

Ley Orgánica del Ambiente (publicada en G.O. N° 5.833 Ext. Del 22 de diciembre de 2006). Su objeto consiste en establecer las disposiciones y principios rectores de la gestión del ambiente, en el marco de un desarrollo sustentable. De esta forma, establece la obligación para personas naturales y jurídicas, de formular y ejecutar proyectos para la utilización correcta de los recursos naturales y la generación de procesos permanentes de educación ambiental para la conservación de ecosistemas y capacitación de personal.

Este grupo de leyes constituyen un mecanismo de participación de la sociedad venezolana en general, cuyas herramientas están a la disposición del empresariado del país para canalizar su inversión social, sus aportes y sus esfuerzos concretos que permitan materializar en el corto plazo los beneficios esperados en cada una de las leyes. La participación activa de cada uno de los ciudadanos a manera individual u organizacional, es clave en este sentido y serán más factibles de implantar teniendo presente un alto grado de conciencia social, solidaridad, participación, humanismo y justicia.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Para llevar a cabo la presente investigación será necesario contar con una metodología adecuada tanto al problema objeto de estudio, como al desarrollo de sus objetivos, a tal fin Tamayo y Tamayo, M. (2007:91), expresa que: “la metodología constituye la medula del plan; se refiere a la descripción de las unidades o de análisis o de investigación, técnicas de observación y recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis”. Estos aspectos servirán para el desarrollo de la investigación dirigida a Proponer lineamientos estratégicos de Orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo.

Modalidad y Nivel de Investigación

De acuerdo a las características de la investigación, será un proyecto factible, que consiste, según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL, 2012:7), “En la elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable o una solución factible a un problema de tipo práctico, para satisfacer necesidades de una institución o grupo social” y su nivel descriptivo, esto debido a que se reseñarán las características primordiales de una situación, siendo obligatoria la precisión en el momento de la medición de las dimensiones objeto de estudio. Al respecto, Flames (2003:58), plantea “que la investigación descriptiva se preocupa primordialmente en describir algunas características fundamentales de

conjuntos homogéneos o fenómenos utilizando criterios sistemáticos para destacar los elementos esenciales de su naturaleza.

Diseño de Investigación

De acuerdo a su propósito, el estudio se ubica en un diseño de campo por cuanto se centra en las propiedades del objeto y a través de ella se determinará la situación actual en la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A., en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial. Según Sabino (2004),

...es de campo, ya que se refiere a los métodos a emplear cuando los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad mediante el trabajo concreto del investigador. Por lo tanto el diseño de campo se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad. (p.20)

Asimismo, incluye una investigación documental. Según la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL, 2012:7), la investigación de tipo documental se define como “el estudio del problema con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo, principalmente, en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos”. En efecto, este estudio, está sustentado en trabajos previos, libros e informaciones y datos publicados por medios electrónicos.

Población

Según Sabino (2004:104), la población es un “...conjunto de unidades que constituyen el universo”. La población de este estudio estará conformada por doce (12) empleados que laboran en la empresa TRANSPORTE

APOWAO C.A.

Muestra

Con respecto a la muestra, Balestrini, M. (2007:127) señala que esta se refiere “Al número de individuos u objetos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del Universo”. En este caso se trata de una muestra censal, ello porque se seleccionarán a todos los sujetos que conforman la población, cuyo criterio de selección se debe a que este grupo conforma la totalidad de las personas que laboran en la empresa objeto de estudio, es decir doce (12) empleados que laboran en la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A. De acuerdo con Levin y Rubín (2006:55) “El muestreo censal constituye una estrategia no probabilística válida para la recolección de datos, en especial para poblaciones pequeñas y muy específicas”. Esto significa que para la muestra se seleccionarán a todos los empleados antes mencionados.

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

Técnicas de Recolección de Datos

La técnica a utilizar será la encuesta. A efectos del estudio la encuesta permitirá a los empleados que conforman la muestra dar su opinión libremente, constituyendo un valioso aporte en la investigación, la misma tuvo lugar mediante un cuestionario escrito; en relación a la encuesta, Flames (2003), la define como:

Una técnica que permite la obtención directa de las personas y/o fuentes primarias de las informaciones, datos, puntos de vista o aspectos relevantes de un tema objeto de estudio, pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos, acerca de sí mismo, o en relación con un tema en particular (p.36).

En este caso específico, la encuesta servirá para que los empleados puedan dar su opinión acerca de las preguntas que se realizaron de acuerdo al cuadro técnico-metodológico, a fin de preservar la objetividad de la investigación.

Instrumentos de Recolección de Datos

Para la técnica de la encuesta, se utilizará como instrumento el cuestionario definido por Delgado, Colombo y Orfila (2002:284) como “la recopilación que se realiza en forma escrita por medio de preguntas abiertas, cerradas, dicotómicas, por rangos, de opción múltiple, etc”. Cabe destacar, que el cuestionario estará conformado por catorce (14) preguntas cerradas con opciones Sí y No, para dar respuesta a los indicadores reflejados en el cuadro técnico- metodológico.

Validez y Confiabilidad ***Validez***

Posteriormente a la realización del instrumento, éste será sometido a revisión del tutor de contenido con la intención de que valide el contenido del cuestionario y verifique la pertinencia de los ítems con los objetivos de la investigación, luego de su validación se harán los ajustes necesarios y se procederá a su aplicación en una prueba piloto para determinar su confiabilidad.

De acuerdo con Delgado, Colombo y Orfila (2002:67) “La validez y confiabilidad son cualidades esenciales que deben estar presentes en todos los instrumentos de carácter científico para la recogida de datos”. Para el estudio la validez del instrumento se realizará a través del procedimiento denominado "Juicio de Experto", el cual consiste en someter los instrumentos a la revisión y análisis del tutor de contenido a fin de verificar su validez de acuerdo con la temática planteada.

Confiabilidad

En cuanto a la confiabilidad, el término se refiere a la capacidad para dar resultados iguales al ser aplicados en condiciones idénticas, dos o más veces a un mismo conjunto de sujetos. De esta manera Hernández, Fernández y Baptista, (2010) manifiestan que la confiabilidad es el “grado en que el instrumento produce resultados consistentes y coherentes.” (p.277). Esto significa que con dicho instrumento se debe aplicar una prueba piloto a fin de obtener el índice de confiabilidad y posteriormente aplicar el instrumento a los sujetos de la muestra.

Es importante resaltar que por tratarse de un cuestionario con preguntas cerradas dicotómicas o con dos opciones de respuestas, se

utilizará el coeficiente de confiabilidad Kuder Richardson, según el siguiente procedimiento:

$$\text{Dónde: } KR_{20} = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S^2}{St^2} \right]$$

KR₂₀ = Coeficiente de confiabilidad

K = número de Ítems

$\sum S^2$ = Sumatoria de la varianza por ítems

St^2 = varianza total del instrumento.

Técnica de Análisis y Presentación de los Resultados

La presentación de resultados se efectuará mediante la aplicación de estadística descriptiva en primer lugar, a través de la construcción de tablas de frecuencia y porcentajes, así como gráficos de barra que reflejan los resultados obtenidos mediante el cuestionario.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

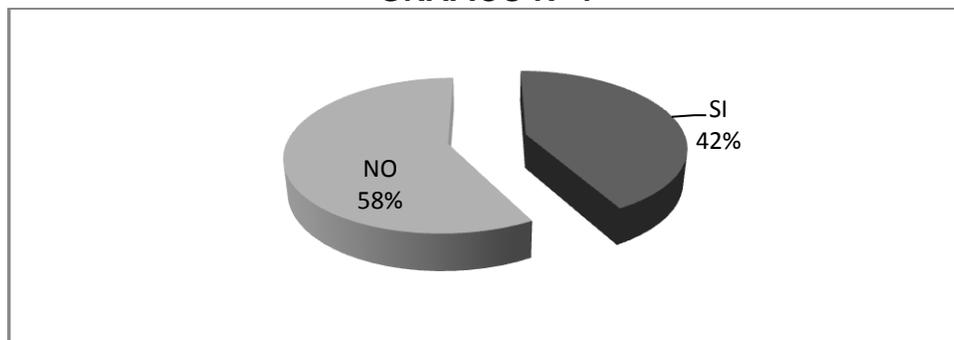
1 ¿Conoce Ud. en qué consiste un Programa de Responsabilidad Social Empresarial?

CUADRO N° 1

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	42%
NO	7	58%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 1



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

De acuerdo con el 42% de los encuestados ellos conocen en qué consiste un Programa de Responsabilidad Social Empresarial, pero un 58% niega esta realidad. Ello a pesar de que la Responsabilidad Social es la forma en que las empresas invierten en el desarrollo de la comunidad donde están insertas ya sea mediante programas de relaciones con la comunidad, donativos corporativos o programas de contribuciones y otros medios.

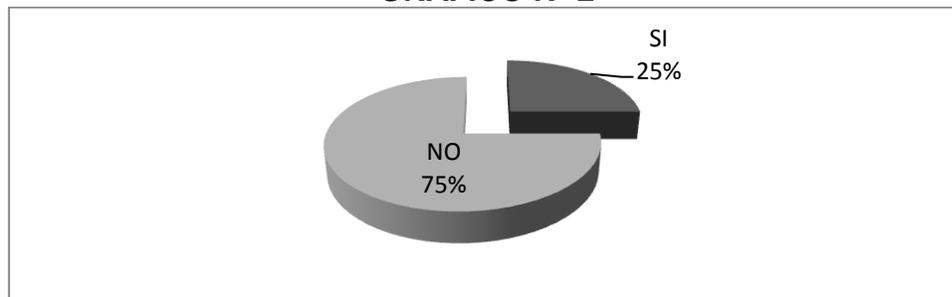
2 ¿Tiene Ud. conocimiento de las consideraciones consagradas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en relación a la Responsabilidad Social Empresarial?

CUADRO N° 2

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	3	25%
NO	9	75%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 2



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

El 25% de los encuestados tiene conocimiento de las consideraciones consagradas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en relación a la Responsabilidad Social Empresarial, pero llama la atención que un 75% de ellos niegue esta realidad, lo que implica el desconocimiento de aquellos planes y proyectos que genera la empresa en pro del beneficio de la comunidad (culturales, sociales, deportivos, salud, ambientales), donde lleva a cabo sus operaciones comerciales, los cuales requieren la integración de los empleados a la ejecución de los mismas, permitiendo una mejor interacción con las personas que conforman su comunidad y generando un

valor adicional a la labor que lleva cabo la organización como ente del entorno donde se desenvuelve.

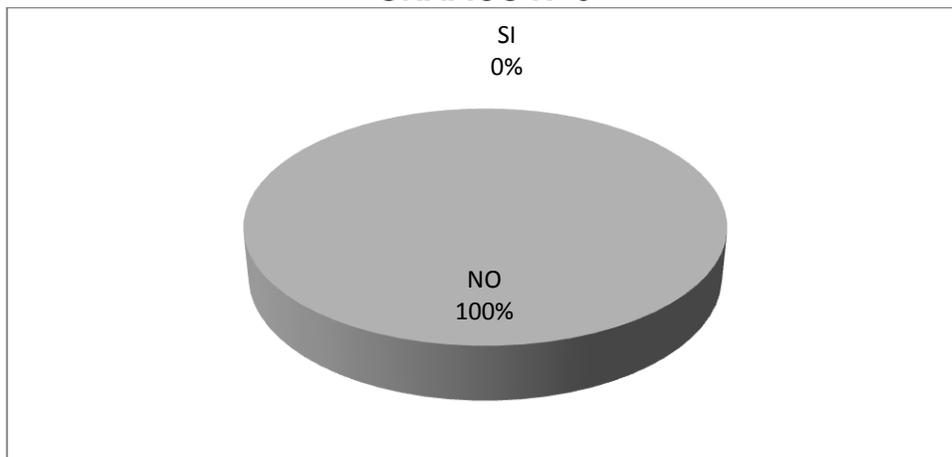
3 ¿Cree Ud. que la Empresa ha realizado alguna actividad en pro del desarrollo de la Responsabilidad Social?

CUADRO N° 3

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 3



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

El 100% coincidió en afirmar que no considera que la Empresa ha realizado alguna actividad en pro del desarrollo de la Responsabilidad Social, lo cual pone en evidencia su incumplimiento ya que las empresas deben operar en un sistema de doble vía, recibiendo información de la sociedad y dando información al público sobre sus operaciones. Debe haber una comunicación abierta y honesta entre los representantes de la sociedad y las empresas.

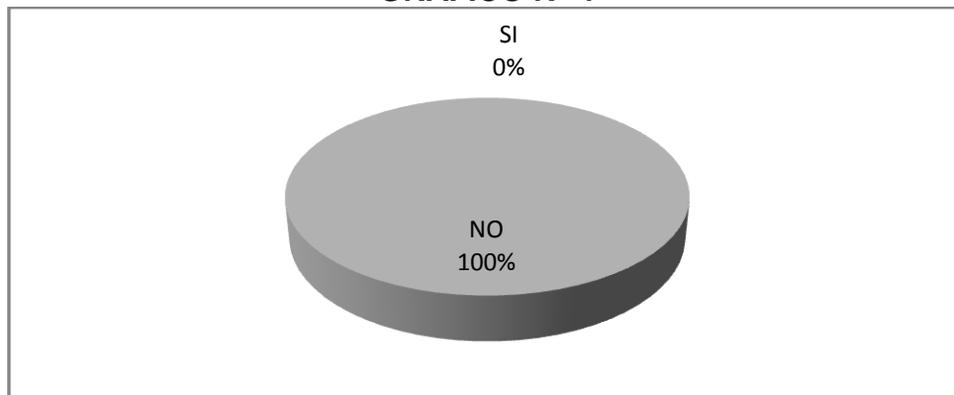
4 ¿Tiene Ud. conocimiento de sí la Empresa posee un plan de Responsabilidad Social Empresarial?

CUADRO N° 4

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 4



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 100% de los encuestados opina que no tiene conocimiento de sí la Empresa posee un plan de Responsabilidad Social Empresarial, lo cual deja entrever las debilidades presentes en cuanto a la no realización de actividades sociales como actividad fundamental de la organización en la comunidad donde se desempeña, la cual debe estar al pendiente de cada una de las anomalías que presenta el sector, promoviendo una completa comunicación entre los ciudadanos y la organización, que permita a la misma, la planificación de proyectos adaptado a la realidad que enfrenta la sociedad.

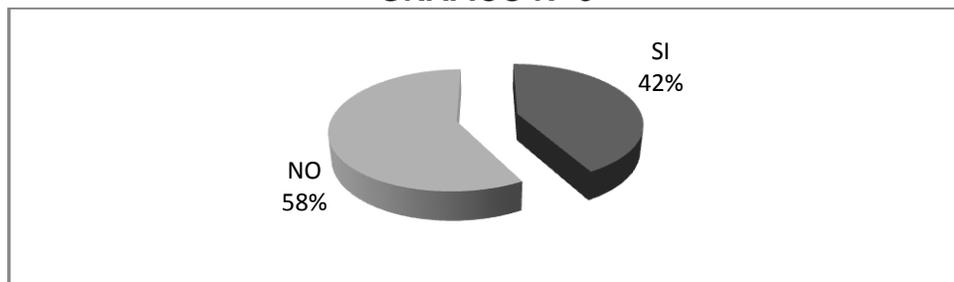
5 ¿Cree Ud. que la Empresa obtiene beneficios al desarrollar programas de Responsabilidad Social Empresarial?

CUADRO N° 5

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	5	42%
NO	7	58%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 5



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

El 42% de los encuestados cree que la Empresa obtiene beneficios al desarrollar programas de Responsabilidad Social Empresarial, pero un 58% niega esta realidad. Ello a pesar de que la Responsabilidad Social Empresarial, como aquellas actividades que dirige la empresa, es fundamentada en planes y programas creados para resolver algunos problemas que enfrenta sociedad como: ambientales, educativos, culturales, deportivos, sociales entre otros. Estas iniciativas son creadas para generar valor adicional reforzando la imagen de la empresa frente a la comunidad y la competencia, generando el incremento de utilidad de la organización y utilizando parte del capital privado al beneficio de la calidad de vida de la comunidad.

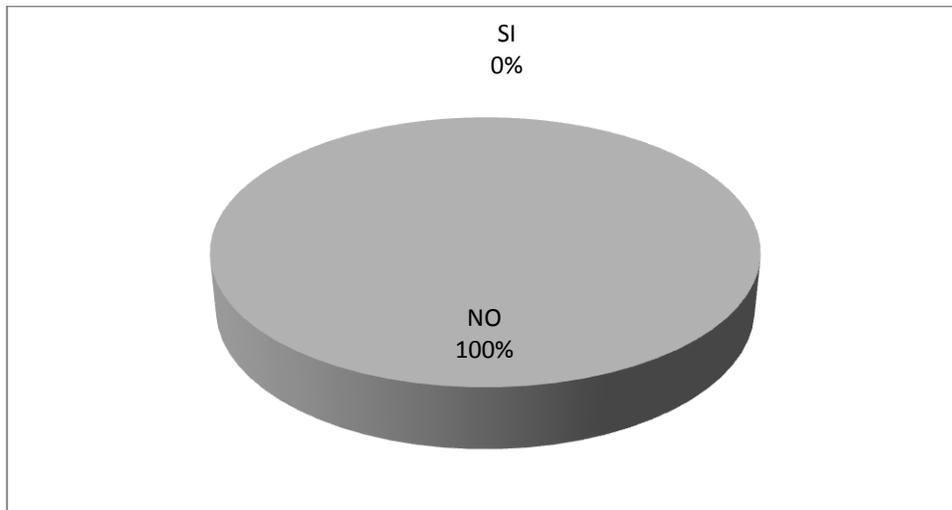
6 ¿Sabe Ud. si en la misión, visión y valores de la Empresa. Existe alguna referencia acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?

CUADRO N° 6

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 6



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

El 100% de los encuestados desconoce si en la misión, visión y valores de la Empresa existe alguna referencia acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, lo cual representa una debilidad para la organización al no tener establecida la responsabilidad social como uno de sus fines.

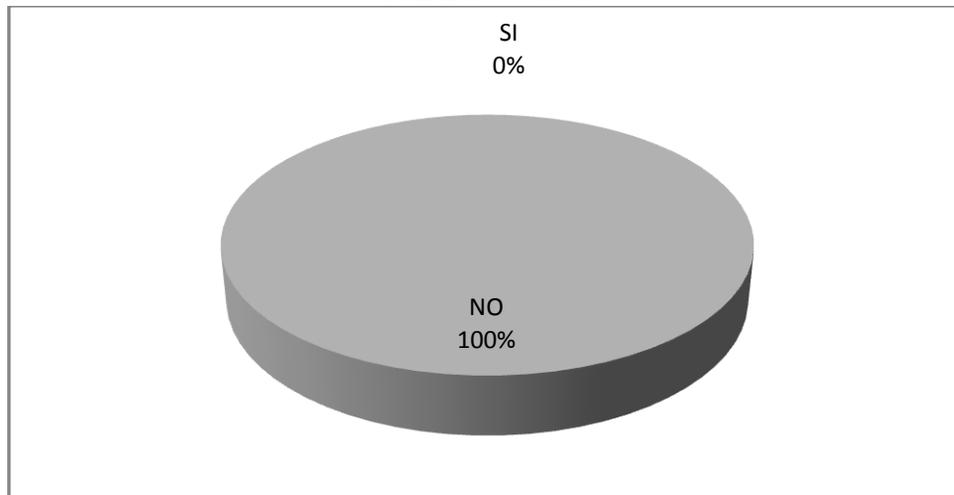
7 ¿Tiene Ud. conocimiento de si la Empresa posee algún tipo de política de apoyo a la comunidad?

CUADRO N° 7

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 7



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

El 100% de los encuestados opina que no tiene conocimiento de si la Empresa posee algún tipo de política de apoyo a la comunidad, es decir no existe compromiso de esta empresa con el entorno en donde se desarrollan sus actividades, incumpliendo la relación con la comunidad en función de la ejecución de planes y programas dirigidos a generar bien común y mejor calidad de vida de las personas lo cual coloca a la organización en una mejor posición frente a la competencia y a la sociedad.

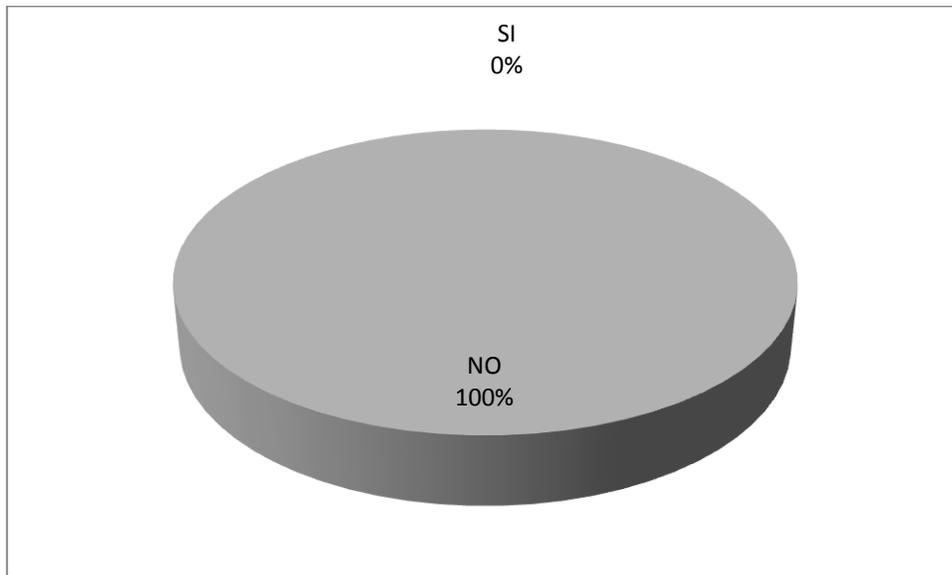
8 ¿Alguna vez la Empresa ha propiciado oportunidades para que Ud. desarrolle actividades de apoyo a la comunidad?

CUADRO N° 8

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 8



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

En un 100% de los encuestados dijo que la Empresa no ha propiciado oportunidades para que los empleados desarrollen actividades de apoyo a la comunidad, lo que implica la falta de información y disposición hacia las actividades de responsabilidad social.

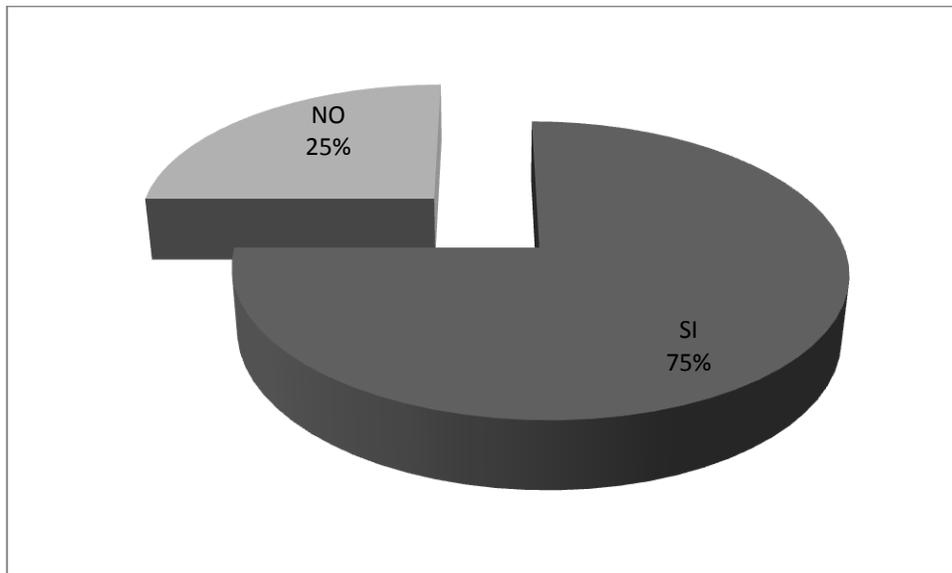
9 Estaría Ud. dispuesto a participar en un plan de Responsabilidad Social Empresarial generado por la Empresa

CUADRO N° 9

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	9	75%
NO	3	25%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 9



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

En un 75% de los casos estaría dispuesto a participar en un plan de Responsabilidad Social Empresarial generado por la Empresa ya que esto les va a permitir establecer el grado de eficiencia de la organización para asumir sus responsabilidades sociales.

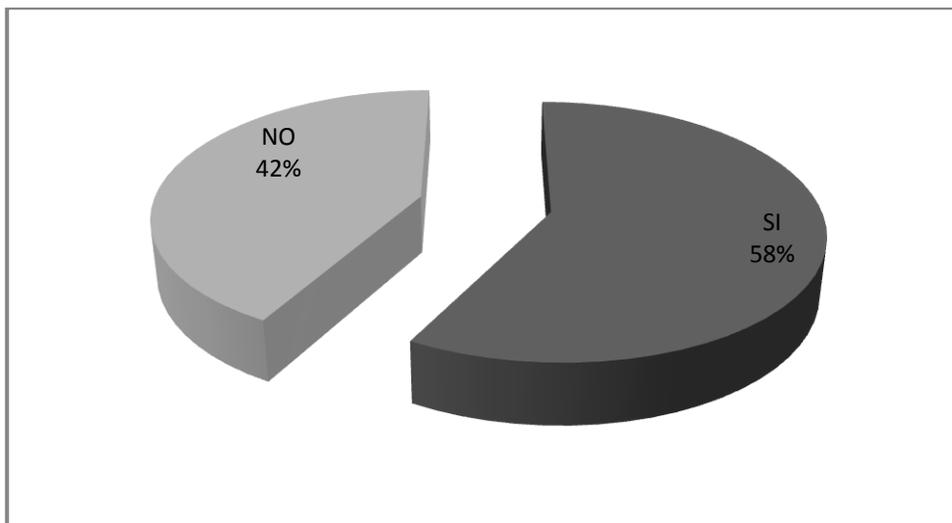
10 ¿Estaría Ud. Dispuesto a participar fuera de su horario de trabajo en actividades de Responsabilidad Social Empresarial generadas por la Empresa?

CUADRO N^o 10

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	7	58%
NO	5	42%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N^o 10



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

En un 58% de los casos el personal estaría dispuesto a participar fuera de su horario de trabajo en actividades de Responsabilidad Social Empresarial generadas por la Empresa, pero un 42% dijo que no porque no consideran importante este tipo de actividades extra horario.

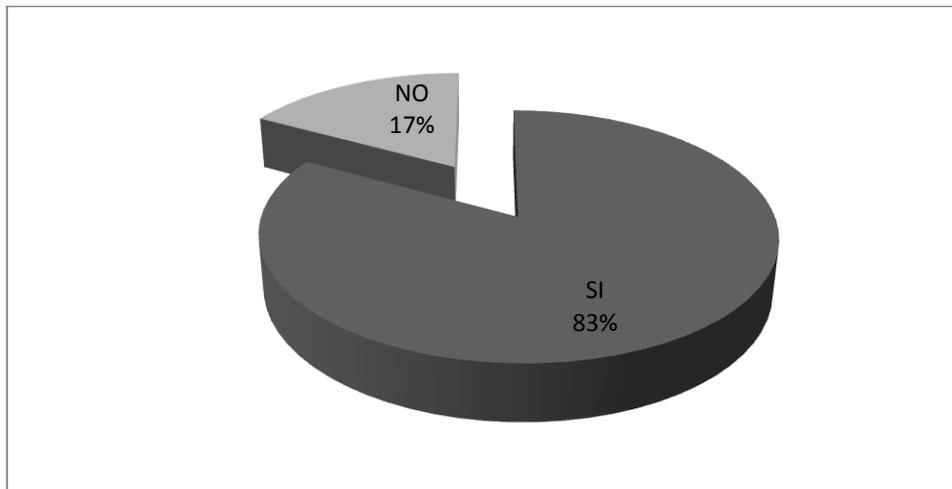
11 ¿Considera Ud. importante que la Empresa desarrolle programas de Responsabilidad Social Empresarial?

CUADRO N° 11

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	10	83%
NO	2	17%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 11



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

El 83% considera importante que la Empresa desarrolle programas de Responsabilidad Social Empresarial, solo un 17% dijo que no. Siendo un hecho de que una organización socialmente responsable es, aquella que cumple con incorporar objetivos sociales a su proceso de planificación, presentar informes sobre los progresos de Responsabilidad Social, medir su desempeño social y procurar medir los costos de los progresos sociales del entorno.

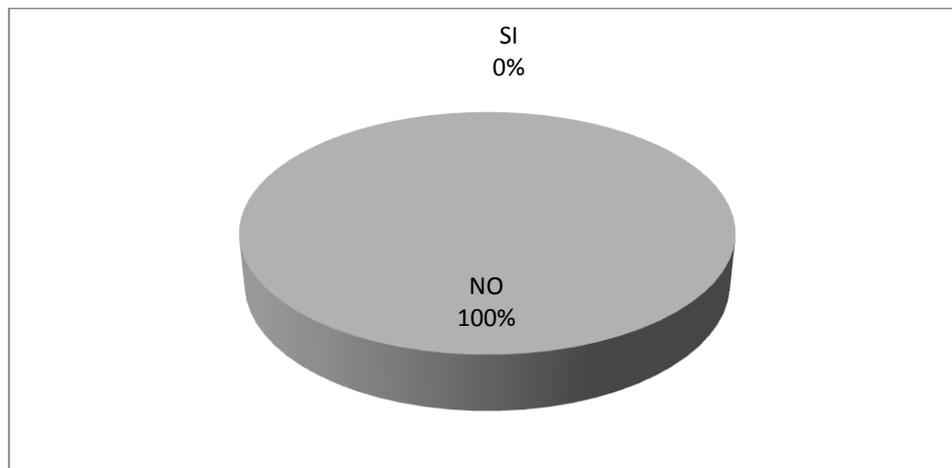
12 ¿Conoce Ud. si la Empresa dispone de procesos orientados a la preservación del medio ambiente?

CUADRO N°12

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 12



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

Tal como puede observarse el 100% de los encuestados dice que desconoce si la Empresa dispone de procesos orientados a la preservación del medio ambiente ya que la Responsabilidad Social Empresarial se inicia por el entorno social donde desempeña las actividades las empresas y los distintos problemas que ella enfrenta y la necesidad de la participación de la empresa para la solución de los conflictos generando una mayor relación organización y sociedad.

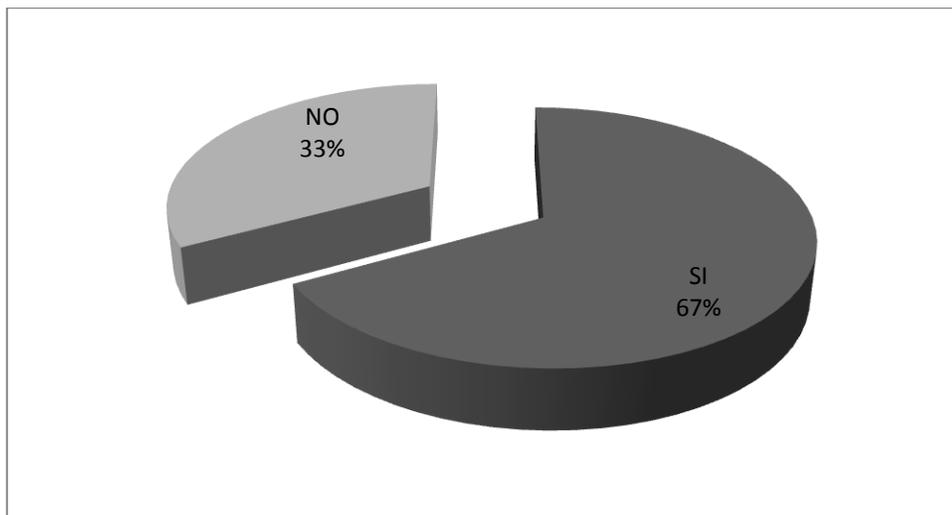
13 ¿Usted estaría interesado en participar en un programa de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de mejorar las necesidades culturales y deportivas del sector?

CUADRO N° 13

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	8	67%
NO	4	33%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 13



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

En un 67% de los casos el personal estaría interesado en participar en un programa de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de mejorar las necesidades culturales y deportivas del sector, solo un 33% dijo que no ya que consideraban que no era tan importante, evidenciando el desconocimiento hacia la razón de ser de la responsabilidad social.

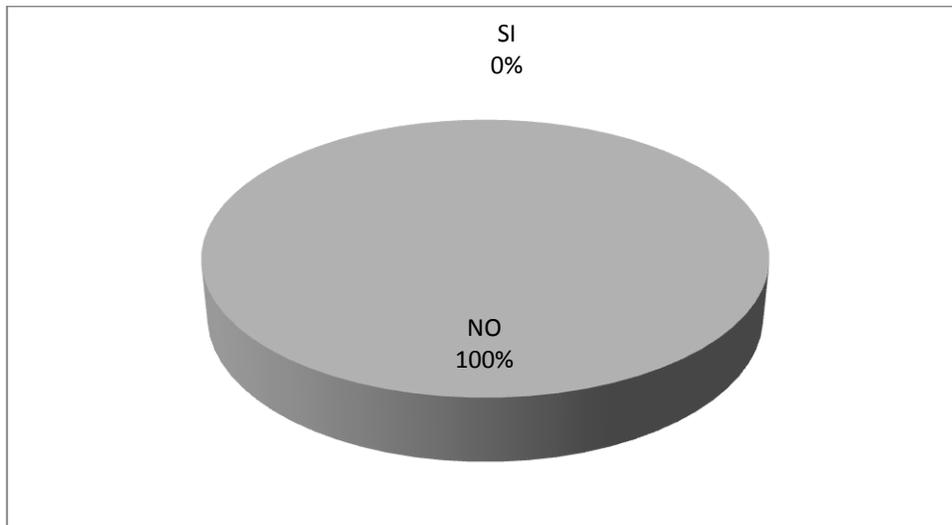
14 ¿La empresa lleva el control del desarrollo de las diferentes actividades de contribución social?

CUADRO N° 14

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	0	0%
NO	12	100%
Total	12	100%

Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

GRÁFICO N° 14



Fuente: Hurtado y Gutiérrez (2015)

Análisis e Interpretación de Resultados

En un 100% de los casos la empresa no lleva el control del desarrollo de las diferentes actividades de contribución social, realidad que ocurre en la empresa a pesar de que la Responsabilidad Social Empresarial, ha ido cambiando en función de las presiones que recibe de su entorno próximo, por los deberes que le corresponde, tener aspiraciones y expectativas, que conduzcan a la formación de una mejor conciencia social, que estén en función de las consecuencias reinantes del entorno.

Síntesis de Resultados

Los resultados se obtuvieron al aplicar el cuestionario contentivo de catorce (14) preguntas a doce (12) empleados que laboran en la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A a fin de Diagnosticar el conocimiento que poseen los empleados acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A. Este objetivo se cumplió a través de los ítems del 1 al 7 obteniendo como resultados que un 42% de los encuestados ellos conocen en qué consiste un Programa de Responsabilidad Social Empresarial, pero un 58% niega esta realidad.

Ello a pesar de que la Responsabilidad Social es la forma en que las empresas invierten en el desarrollo de la comunidad donde están insertas ya sea mediante programas de relaciones con la comunidad, donativos corporativos o programas de contribuciones y otros medios. El 75% de los encuestados no tiene conocimiento de las consideraciones consagradas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en relación a la Responsabilidad Social Empresarial, el 100% coincidió en afirmar que no considera que la Empresa ha realizado alguna actividad en pro del desarrollo de la Responsabilidad Social, lo cual pone en evidencia su incumplimiento ya que las empresas deben operar en un sistema de doble vía, recibiendo información de la sociedad y dando información al público sobre sus operaciones. Debe haber una comunicación abierta y honesta entre los representantes de la sociedad y las empresas.

Además no tienen conocimiento de sí la Empresa posee un plan de Responsabilidad Social Empresarial, lo cual deja entrever las debilidades presentes en cuanto a la no realización de actividades sociales como actividad fundamental de la organización en la comunidad donde se

desempeña, la cual debe estar al pendiente de cada una de las anomalías que presenta el sector, promoviendo una completa comunicación entre los ciudadanos y la organización, que permita a la misma, la planificación de proyectos adaptado a la realidad que enfrenta la sociedad, desconociendo si en la misión, visión y valores de la Empresa existe alguna referencia acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, lo cual representa una debilidad para la organización al no tener establecida la responsabilidad social como uno de sus fines.

Al Indicar la situación actual de la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, en cuanto al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. Este objetivo se cumplió a través de los ítems del 8 al 14 y se obtuvo como resultados que en un 100% de los encuestados la Empresa no ha propiciado oportunidades para que los empleados desarrollen actividades de apoyo a la comunidad, lo que implica la falta de información y disposición hacia las actividades de responsabilidad social. En un 75% de los casos los empleados estarían dispuesto a participar en un plan de Responsabilidad Social Empresarial generado por la Empresa ya que esto les va a permitir establecer el grado de eficiencia de la organización para asumir sus responsabilidades sociales.

El 83% considera importante que la Empresa desarrolle programas de Responsabilidad Social Empresarial. Siendo un hecho de que una organización socialmente responsable es, aquella que cumple con incorporar objetivos sociales a su proceso de planificación, presentar informes sobre los progresos de Responsabilidad Social, medir su desempeño social y procurar medir los costos de los progresos sociales del entorno. Adicionalmente, el 100% de los encuestados dice que desconoce si la Empresa dispone de

procesos orientados a la preservación del medio ambiente ya que la Responsabilidad Social Empresarial se inicia por el entorno social donde desempeña las actividades las empresas y los distintos problemas que ella enfrenta y la necesidad de la participación de la empresa para la solución de los conflictos generando una mayor relación organización y sociedad.

Pero si estarían interesados en participar en un programa de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de mejorar las necesidades culturales y deportivas del sector, ya que la empresa no lleva el control del desarrollo de las diferentes actividades de contribución social, realidad que ocurre en la empresa a pesar de que la Responsabilidad Social Empresarial, ha ido cambiando en función de las presiones que recibe de su entorno próximo, por los deberes que le corresponde, tener aspiraciones y expectativas, que conduzcan a la formación de una mejor conciencia social, que estén en función de las consecuencias reinantes del entorno. Todas estas debilidades evidenciadas en el diagnóstico situacional sirvieron de fundamento para Diseñar lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo.

**CAPÍTULO V
LA PROPUESTA
LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACIÓN SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA
TRANSPORTE APOWAO C.A.**

Responsabilidad Social
Empresarial



INTRODUCCIÓN

La empresa TRANSPORTE APOWAO C.A., es una empresa encargada de realizar el transporte de carga de mercancía a otras empresas desarrollando la distribución de la misma a nivel nacional y regional. Así mismo la empresa fue fundada en el año 2002 y se encuentra localizada en la Avenida Francisco de Miranda, en el cruce con la Carretera Nacional Municipio Guacara – Estado Carabobo.

En este orden de ideas, la gerencia de la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, presenta en su desempeño una serie de debilidades relacionadas al mercadeo en programas sociales. Ya que se constata que no está capitalizado óptimamente el esfuerzo humano y la inversión que de forma sostenida ha realizado desde su entrada en funcionamiento, debido a que carece de una estrategia comunicacional efectiva para difundir sus acciones sociales y sensibilizar a sus oyentes, por lo cual el impacto directo que esto puede aportar al fortalecimiento de su imagen y posicionamiento en el mercado está siendo desaprovechado.

Dentro de estas perspectivas, el objetivo de la propuesta es Diseñar lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo. Es importante destacar que la responsabilidad social, surge de la evolución del pensamiento humano y con él la aceptación de que no hay ninguna acción independiente, que no afecte al colectivo. Una vez que se llega a ese nivel de conciencia las actividades que se realizan en una empresa están orientadas a generar impacto social y utilidad económica creando el bienestar de sus trabajadores y los aportes que, de manera voluntaria ofrezcan a la comunidad.

En Venezuela, actualmente se muestran avances en la implementación de nuevas metodologías e indicadores estandarizados para medir los impactos de sus acciones en responsabilidad social empresarial y la pequeña y mediana empresa ha comenzado a diseñar prácticas que le permitan incorporarse al enfoque de sustentabilidad tomando en consideración lo ambiental, lo económico con lo social y las realidades locales, éstas se suman al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial, basándose en el principio ético que promueve el crecimiento sustentable de las empresas y las comunidades.

Objetivo General de la Propuesta

Diseñar lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo.

Objetivos Específicos

Lograr el impacto positivo que estas prácticas de RS generen en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Orientar sus prácticas responsables hacia el interior de la empresa o hacia fuera de la empresa.

Crear una Cultura de Responsabilidad Social en sus empleados.

Justificación de la Propuesta

La tendencia en el mundo ha aumentado constante el número de empresas que buscan elevar el nivel de conciencia, a través, del medio ambiente, la comunidad y los trabajadores ha conllevado a las empresas a crear estrategias y modelos relacionados con la Responsabilidad Social Empresarial. Las organizaciones modernas incentivan a realizar, cada día más, acciones beneficiosas para el medio ambiente, los trabajadores y las comunidades, lo que se traduce en un desarrollo sustentable, enmarcado en el beneficio mutuo (Empresa – comunidad y ambiente) La tendencia hoy en día es alinear e integrar iniciativas sociales con la actividad empresarial, ya que precisamente la responsabilidad social impulsa el fortalecimiento de la empresa y la lealtad de los consumidores y los trabajadores. Al respecto, el Diseñar lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo, se convierte en un aporte fundamental para dicha empresa, sus empleados y comunidad.

Factibilidad Humana: Se considera factible la implementación de la propuesta desde la perspectiva humana, porque los trabajadores de la

empresa, son un personal proactivo y capaz de adaptarse a los cambios planteados por la puesta en práctica de los lineamientos propuestos.

Factibilidad Financiera: Desde el punto de vista financiero, la propuesta se considera factible porque no requiere de la ejecución de inversiones para su implementación, debido a que de manera inicial solo se dedicará a proporcionar beneficios intangibles, que no requieren de erogaciones monetarias y generarán ahorros de costos, fortalecerán al recurso humano y mejorarán la interacción entre los colaboradores, en su entorno laboral y el medioambiente.

Factibilidad Estratégica: También, se considera factible desde el punto de vista estratégico porque permitirá que la organización se convierta en un negocio responsable que hoy en día se ha convertido en un tema de debate no solo de encuentros regionales, sino de los últimos foros globales, pues la RSE, es una tendencia gerencial que va más allá de la eficacia en el proceso de transformación ejecutado por la entidad y que involucra a la empresa en el desarrollo de sus empleados, accionistas, socios comerciales, proveedores y de la sociedad en general.

Factibilidad Técnica: Desde la perspectiva técnica, la presente propuesta se considera factible porque la responsabilidad social empresarial se enmarca dentro de un proceso de toma de conciencia empresarial que proyecta un compromiso más ético con la solución de los diversos problemas sociales, tanto en el ámbito interno como en el entorno social de la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A. Además, la organización cuenta con sala de conferencias, impresoras, fotocopiadoras y quemadoras de CD, que son los equipos requeridos para la implementación y puesta en marcha de la propuesta.

CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Pasos Previos a considerar para el Diseño de Lineamientos Estratégicos

1. Preparar un “inventario de responsabilidad social” de lo que la empresa TRANSPORTE APOWAO C.A está haciendo ahora.
2. Iniciar un diálogo con los grupos de interés de la empresa y averiguar lo que es significativo para ellos.
3. Establecer relaciones con los miembros clave de la comunidad (por ejemplo, asociaciones de comercio, comercio, Consejo Comunal, Junta Parroquial, principales organizaciones benéficas) para ver si hay necesidades que su empresa debido a sus competencias específicas podría abordar.
4. Revisar las relaciones con los grupos de interés y evalúe como ellos afectan a la empresa y viceversa. Considerar cuidadosamente sus peticiones y cuáles de ellas son razonables.
5. Asegurarse de que todos los niveles de la empresa están involucrados en el programa de responsabilidad social, desde la alta dirección hasta los empleados de primera línea. Anime y motive a cada uno para hacer parte de un equipo que hace la diferencia.
6. Un plan de responsabilidad social debe traducirse en acciones concretas, identificando a los responsables de hacer que las cosas sucedan, la autoridad que tienen para su realización, los recursos a utilizar, las etapas, los plazos y las prioridades que deben perseguirse.
7. Las acciones deben llevarse a cabo de forma proporcional con los recursos de la empresa, de lo contrario, éstas no serían sostenibles.
8. Finalmente, debe haber forma de evaluar el plan de responsabilidad social. Una compañía puede evaluar su plan a la luz de metas específicas y medibles establecidas desde el principio. Una adecuada evaluación pondrá de manifiesto el valor de todo el proceso.

ETAPAS	CONTENIDO	PROPÓSITO	RESPONSABLES
<p data-bbox="297 403 701 435">Capacitación y Preparación</p> 	<p data-bbox="745 403 1126 1265">Consiste en identificar los beneficios que la RSE aportará a la organización, se formaliza el compromiso de la dirección y el personal y se busca que estos comprendan lo que se espera de ellos en el proyecto, se inicia la constitución, movilización y capacitación del grupo encargado de la RSE y se asigna responsabilidades a cada uno de ellos, se elabora</p>	<p data-bbox="1149 403 1529 1265">La capacitación consiste en ofrecer al personal información y formación para incorporar buenas prácticas de gestión RSE en las operaciones de la empresa y motivarle para que participe activamente en el proceso. La documentación de procedimientos, es conveniente documentar los procesos para asegurar que sean realizados de una forma especificada por todas las</p>	<p data-bbox="1574 403 1899 435">Gerencia y Empleados</p>

	un plan de trabajo que disponga de una buena planificación que facilite su ejecución y control.	personas involucradas y para asegurar su permanencia.	
ETAPAS	CONTENIDO	PROPÓSITO	RESPONSABLES
Diagnóstico 	Permite realizar una evaluación integral de la situación actual de la empresa en materia de RSE, para conocer sus fortalezas y las expectativas de los grupos de interés, así como también, las áreas de intervención y las oportunidades de mejora, es decir, los aspectos éticos, económicos, sociales o ambientales de	El proceso de diagnóstico contempla la siguiente metodología: Análisis interno: consiste en obtener información sobre la situación actual de la empresa, basada en la percepción de sus directivos y empleados y también en el análisis de los sistemas, políticas y prácticas de la organización.	Gerencia y Empleados

	<p>sus actividades relevantes para alcanzar los objetivos del negocio y cuya gestión conviene mejorar para alcanzar una mayor sostenibilidad.</p>	<p>Análisis externo: basado en la percepción de los grupos de interés que permita identificar los temas en los que existe una desviación entre las prácticas de gestión de la empresa y las expectativas sobre su comportamiento.</p> <p>Análisis comparativo: una forma para mejorar las prácticas de gestión, es fijarse en los mejores, la comparación con las empresas líderes en sostenibilidad facilita</p>	
--	---	---	--

		<p>identificar los temas considerados relevantes por estas empresas y las mejores prácticas para su gestión.</p> <p>Síntesis: Debe considerarse los resultados de los análisis interno, externo y comparativo con el fin de estimar la desviación entre lo que se espera de la empresa (expectativas), como se gestionan esas expectativas (prácticas) y como se podrían gestionar (mejores</p>	
--	--	---	--

		prácticas).	
ETAPAS	CONTENIDO	PROPÓSITO	RESPONSABLES
Planificación 	Permite identificar que la orientación estratégica de la empresa incorpore una perspectiva de sostenibilidad. Para ello, se revisan la visión, misión, políticas y valores de la empresa, se determinan los objetivos y metas operativos a alcanzar y se especifican los indicadores que servirán para medir el avance de los procesos y la obtención de resultados. Existen dos tipos de planificación: la	Planificar las acciones a seguir en el marco de la RS	Gerencia y Empleados

	<p>estratégica y la operativa.</p> <p>La planificación estratégica tiene que ver con la revisión de las orientaciones, cultura y compromisos empresariales, es decir, con la misión, visión, políticas, y valores lo que servirá de base para determinar los objetivos y metas operativas a alcanzar. La planificación operativa tiene que ver con la elaboración de los objetivos específicos, metas, asignación de responsabilidades y la definición de los</p>		
--	---	--	--

	<p>indicadores que muestran cuando la empresa alcanza los objetivos propuestos en el plan de acción.</p>		
ETAPAS	CONTENIDO	PROPÓSITO	RESPONSABLES
<p>Implementación</p> 	<p>Esta etapa consiste en ejecutar las acciones establecidas para alcanzar los objetivos planificados, ello requiere contar con personas capacitadas para asumir sus responsabilidades, procedimientos que faciliten su trabajo y registros para poder rendir cuentas de los resultados obtenidos.</p>	<p>Ejecutar las acciones diseñadas</p>	<p>Gerencia y Empleados</p>

	Este proceso consta de tres etapas: capacitación, documentación de procedimientos y implementación de acciones y registro de evidencias.		
<p>Seguimiento y Medición</p> 	Este se realiza con la finalidad de medir el avance de los procesos y la obtención de resultados para asegurar que el sistema es eficaz y que se alcanzan los objetivos, también permite identificar si se han producido desviaciones sobre lo planificado, y en caso	Hacer seguimiento a los lineamientos diseñados y aplicados para medir sus resultados y de esta forma definir los correctivos pertinentes	Gerencia y Empleados

	<p>positivo, introducir las acciones correctivas necesarias para eliminar sus causas, para ello se mide los indicadores, se analizan los datos y se proponen mejoras. En cuanto a la medición de indicadores, se realiza para obtener información sobre los indicadores de desempeño de la empresa para comprobar los cambios producidos por la implementación de prácticas de RSE.</p>		
--	---	--	--

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- Al Diagnosticar el conocimiento que poseen los empleados acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A. Este objetivo se cumplió a través de los ítems del 1 al 7 permitiendo concluir que los empleados no conocen en qué consiste un Programa de Responsabilidad Social Empresarial ni tiene conocimiento de las consideraciones consagradas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en relación a la Responsabilidad Social Empresarial, además no consideran que la Empresa ha realizado alguna actividad en pro del desarrollo de la Responsabilidad Social ni que posea un plan de Responsabilidad Social Empresarial, pues a su criterio no obtendrían mayores beneficios al desarrollar programas de Responsabilidad Social Empresarial. A esto se suma que en la misión, visión y valores de la Empresa. No existe alguna referencia acerca de la Responsabilidad Social Empresarial, ni cuentan con políticas de apoyo a la comunidad.
- Al Indicar la situación actual de la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, en cuanto al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial. Este objetivo se cumplió a través de los ítems del 8 al 14 y permite concluir que la Empresa no ha propiciado oportunidades para que los empleados desarrollen actividades de apoyo a la comunidad, a pesar de ello si estaría dispuesto a participar en un plan de Responsabilidad Social Empresarial generado por la Empresa, pero no fuera del horario habitual. Además, es importante que la Empresa desarrolle programas de Responsabilidad Social Empresarial ya que actualmente no dispone de procesos orientados

a la preservación del medio ambiente ni lleva el control del desarrollo de las diferentes actividades de contribución social

- Finalmente, el Diseñar lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo, se convierte en un beneficio para la organización ya que el éxito y el logro de las metas de una organización dependen de la buena gestión empresarial y de las estrategias utilizadas para alcanzar los objetivos. Las empresas que sepan integrar adecuadamente la RSE en su estrategia y posteriormente en el nivel operativo, tienen grandes posibilidades de conseguir ventajas competitivas que le facilite un mejor posicionamiento estratégico. Para una organización que desea ser exitosa, tener competitividad y mayor aceptación de sus clientes, debe tener siempre en cuenta la gestión efectiva de la Responsabilidad Social Empresarial como una estrategia que generará beneficios y valor a la organización.

Recomendaciones

- La implementación de los lineamientos propuestos en el trabajo de investigación desarrollado como una guía inicial para mejorar la gestión de Responsabilidad Social Empresarial en la organización.
- Generar y fomentar políticas y procesos de divulgación, dando a conocer las practicas y actividades ejecutadas por la empresa en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial y como afectan estas a todos sus grupos de interés.

- Cualquier organización que quiera desarrollar un plan o programa de RSE, como primer punto debe realizar una autoevaluación de su situación. Esta permitirá que la empresa sepa dónde se ubica en comparación con los estándares y las buenas prácticas fabriles, qué áreas necesitan su atención y por dónde empezar.
- Tener todos los elementos necesarios para poderlos plasmar en una forma organizada con sus objetivos, actividades, resultados y evaluación de los mismos. Se debe tener claro a quiénes se quiere llegar, por qué y con qué, y siempre evaluando los resultados. Además existe un factor muy importante que considerar, es que los beneficiarios deben de participar con su aceptación y estar involucrados en el proceso, lo que es indispensable para poder tener éxito.
- Proporcionar información sobre las acciones que en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial son realizadas por empresa, a fin de poner a la disposición de la colectividad las actividades que a favor del ambiente, el bienestar de los trabajadores y de la comunidad, son realizadas por la organización.
- Brindar apoyo económico a los proyectos comunales que estén implícitos en el marco de la Responsabilidad Social Empresarial, para de esta manera, realizar acciones a favor de la colectividad y participar en acciones encaminadas a mejorar la calidad de vida del entorno en el cual se encuentra insertada la empresa.

LISTA DE REFERENCIAS

- Andrews, K. (2006), **El Concepto de la Estrategia en la Empresa**. Mc Graw Hill. México.
- Argandoña, A. (2008) **Responsabilidad Social de la empresa**. Madrid, España.
- Azuaje, E. (2005). **Pensamiento gerencial y su desarrollo**. Ediciones Urania. Venezuela.
- Acosta Angélica, Lugo Xavier y Salcedo Ana (2011). **Diseño de un Programa de Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa Bolivariana de Producción Socialista Cacao Oderí S.A. para el año 2011**. Trabajo presentado ante el área de estudios de pregrado para obtener el título de licenciado en administración de la Universidad de Oriente Núcleo Sucre.
- Bretones Francisco, Tamayo Ignacio, Torres Mario y Farías Antonio (2011). **Evaluación de Prácticas de Responsabilidad Social Corporativa: Comparación de las empresas españolas y chilenas**. Madrid, España.
- Briones, G. (2007) **Investigación Educativa**. Editorial Lumen: Argentina
- Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela**. Publicada según Gaceta Oficial N° 5453 de fecha 24 de Marzo 2000.
- Chiavenato, I. (2002). **Gestión del Talento Humano**. Bogotá. Editorial: McGraw-hill.
- Delgado, Yamilé., Colombo Leyda y Orfila, Osmel (2002) **Conduciendo la investigación**. Editorial Comala.com. Venezuela.
- Dirección de Recursos Humanos de FACES (diseño curricular). Valencia, Estado Carabobo.
- Duin Eilyc y López Kissy (2011). **Rol de la empresa privada venezolana en la responsabilidad social empresarial hacia la comunidad. Caso de Estudio: Fundación Empresas Polar, Casa Alejo Zuloaga en San Joaquín Edo. Carabobo**. Trabajo presentado ante el área de estudios de pregrado para obtener el título de licenciado en administración comercial de la universidad de Carabobo – Bárbula.

Fernández, R. (2007) **La dimensión económica del desarrollo sostenible**. España. Editorial Club Universitario.

Flames, Abel. (2003) **Investigación Cuantitativa**. Editorial Lithopolor. Caracas.

Francés, A. (1999) **Gerencia y Planificación Estratégica**. Caracas. Edic. IESA.

Garriga Elisabet y Melé Domenec (2004). **Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory**.

Guédez, V (2004). **La ética gerencial, instrumentos estratégicos que facilitan las decisiones correctas**. Editorial Planeta Venezolana, S.A.

Guédez, V. (2006). **Ética y práctica de la responsabilidad social empresarial**.

Hernández, Fernández y Baptista, (2010) **Metodología de la Investigación**. Editorial McGraw. Hill. México.

Kliksberg, B. (2003) **Hacia una economía con rostro humano**. Ediciones Astro Data. Maracaibo. Venezuela. 175 pp.

Kotler Phillip y Armstrong Gary (2005). **Marketing: An Introduction**. Editorial: Prentice Hall.

Ley Orgánica del Ambiente. Gaceta Oficial N° 5833 de fecha 22 de Diciembre 2006.

Levin, Richard y Rubín, David (2006) **Estadística para administración y economía**. Editorial Pearson. México.

Llano, C. (2007) **Dilemas éticos- Empresa Contemporánea**. México. Editorial Fondo de la Cultura.

Méndez, A. (2006) **Metodología en Ciencias Sociales**. Caracas.

Mintzberg, H. y Quinn, J. (1997) **El proceso estratégico, conceptos, contextos y casos**. Prentice Hall, México.

Ortiz Paula (2009). **La Responsabilidad Social Empresarial como Base de la Estrategia Competitiva de HZX**. Trabajo presentado ante el área de pregrado para obtener el título de licenciado en administración de la Universidad Javeriana de Bogotá, Colombia.

Pérez Cruz, M. (2003), Libro Verde; Global Compact (ONU); España. **Principios del Pacto Mundial.** Disponible: <http://www.cinu.org.mx/pactomundial/principios.htm> [Consulta: 2010, Julio15].

Sabino, C. (2004), **Investigación social.** Caracas, Venezuela.

Tamayo y Tamayo, M. (2006). **Proceso de La investigación Científica.** México, 4a. edición.

Thompson y Strickland, (2007), **Administración estratégica: Conceptos y casos.** McGraw-Hill, México.

Tomassini (2006) **Planeación estratégica básica.** Guatemala: s.p.i.

Universidad de Stuttgart, (2004). **Principios Básicos de Responsabilidad Social Empresarial.** Stuttgart, 2004.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2013) **Manual para la Elaboración de Trabajos de Grado y tesis doctorales.** Caracas, Venezuela.

ANEXOS

Cuadro N° 1
Cuadro Técnico- Metodológico

Objetivo General: Proponer lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo.

Objetivos específicos	Variables	Definición de las variables	Indicadores	Ítems	instrumentos	Fuente
Diagnosticar el conocimiento que poseen los empleados acerca de la Responsabilidad Social Empresarial en la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A.	Conocimiento acerca de la Responsabilidad social	Se refiere al nivel de conocimiento que poseen los empleados acerca de la Responsabilidad Social	Conocimiento Actividad Plan Beneficios Misión Apoyo	1-2 3 4 5 6 7	Cuestionario	Empleados
Indicar la situación actual de la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, en cuanto al cumplimiento de la Responsabilidad Social Empresarial.	Cumplimiento de la Responsabilidad social	Es la situación actual de la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, en cuanto al cumplimiento de la Responsabilidad Social	Oportunidades Participación Programas Procesos Participación Control	8 9-10 11 12 13 14	Cuestionario	Empleados
Diseñar lineamientos estratégicos de orientación sobre Responsabilidad Social para la Empresa TRANSPORTE APOWAO C.A, ubicada en el Municipio Guacara del Estado Carabobo.	Diseño de Lineamientos Estratégicos					Este objetivo lo cumplirán las investigadoras a través de la Propuesta

Fuente: Gutierrez; Hurtado



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**

**LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACION SOBRE
RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA
TRANSPORTE APOWAO C.A.**

MODELO DE CUESTIONARIO

Estimado Empleado:

A tal efecto se presentan catorce (14) preguntas con opciones de respuestas:

Si

No

Seleccione una opción por cada pregunta y por su colaboración muchas gracias....

CUESTIONARIO

Item	Preguntas	SI	NO
1	¿Conoce Ud. en qué consiste un Programa de Responsabilidad Social Empresarial?		
2	¿Tiene Ud. conocimiento de las consideraciones consagradas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en relación a la Responsabilidad Social Empresarial?		
3	¿Cree Ud. que la Empresa ha realizado alguna actividad en pro del desarrollo de la Responsabilidad Social?		
4	¿Tiene Ud. conocimiento de si la Empresa posee un plan de Responsabilidad Social Empresarial?		
5	¿Cree Ud. que la Empresa obtiene beneficios al desarrollar programas de Responsabilidad Social Empresarial?		
6	¿Sabe Ud. si en la misión, visión y valores de la Empresa. existe alguna referencia acerca de la Responsabilidad Social Empresarial?		
7	¿Tiene Ud. conocimiento de si la Empresa posee algún tipo de política de apoyo a la comunidad?		
8	¿Alguna vez la Empresa ha propiciado oportunidades para que Ud. desarrolle actividades de apoyo a la comunidad?		
9	¿Estaría Ud. dispuesto a participar en un plan de Responsabilidad Social Empresarial generado por la Empresa?		
10	¿Estaría Ud. Dispuesto a participar fuera de su horario de trabajo en actividades de Responsabilidad Social Empresarial generadas por la Empresa?		
11	¿Considera Ud. importante que la Empresa desarrolle programas de Responsabilidad Social Empresarial?		
12	¿Conoce Ud. si la Empresa dispone de procesos orientados a la preservación del medio ambiente?		
13	¿Usted estaría interesado en participar en un programa de Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de mejorar las necesidades culturales y deportivas del sector?		
14	¿La empresa lleva el control del desarrollo de las diferentes actividades de contribución social?		



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**

JUICIO DE EXPERTOS PARA LA VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

A continuación le presento los instrumentos de recolección de datos a ser aplicados y así cumplir con los objetivos de la investigación, cabe destacar que se anexa cuadro de operacionalización de variables, por lo cual se agradece su colaboración para su revisión, corrección y posterior validez. Es importante decir, que la evaluación se fundamenta en los siguientes aspectos: pertinencia entre los ítems, variables e indicadores del estudio, precisión en la redacción de cada ítem y adecuación del instrumento a la muestra.

MODELO DE CUESTIONARIO

Ítem	Redacción		Pertinencia con variables e indicadores		
	Clara	Confusa	Inducida	Si	No
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					



**UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL
Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS BÁRBULA**

VALIDEZ DEL INSTRUMENTO

En general, Usted considera que el instrumento realizado en la Investigación titulada: **LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS DE ORIENTACION SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA EMPRESA TRANSPORTE APOWAO C.A.** posee la validez suficiente para ser aplicado a la muestra objeto de estudio:

Si No

Nombre: Pedro Fraga C.I. V- 7.051.526

Recomendaciones del experto:

Firma: _____