



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
MENCIÓN COMUNICACIONES PUBLICITARIAS
TRABAJO DE GRADO

CARACTERÍSTICAS E IMPACTO DE PROGRAMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
EMPRESARIAL DEDICADOS AL DESARROLLO DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES
EN VENEZUELA

PEREIRA, Yubiris

Tutor:

SOUTO, Irais

Caracas, Mayo 2014

Formato G:

Planilla de evaluación

Fecha: _____

Escuela de Comunicación Social

Universidad Católica Andrés Bello

En nuestro carácter de Jurado Examinador del Trabajo de Grado titulado:

dejamos constancia de que una vez revisado y sometido éste a presentación y evaluación, se le otorga la siguiente calificación:

Calificación Final: En números _____ En letras: _____

Observaciones _____

Nombre:

Presidente del Jurado

Tutor

Jurado

Firma _____

Presidente del Jurado

Firma _____

Tutor

Firma _____

Jurado

Dedico este trabajo de grado a Dios que siempre ha estado a mi lado en cada momento. A mi hijo Luciano Marchán Pereira, gran tesoro que me regaló la vida, y en especial a mi madre Luz Stella Moreno que ha sido un gran apoyo y ejemplo de trabajo abnegado de madre hacia mi persona.

Gracias a los tres.

RECONOCIMIENTOS O AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que colaboraron de alguna manera a la elaboración de esta investigación: a mi tutora la licenciada Irais Souto, profesora de seminario Gabriela Arenas de Meneses, profesora Yasmín Trak y al profesor Ezenarro que siempre está presto para ayudar a sus alumnos en lo que necesiten.

INDICE GENERAL

I. Introducción	7
II. Marco Teórico	10
2.1.- Antecedentes	10
2.2.- Definición de RSE	11
2.3.- Importancia de la RSE	13
2.4.- Alcance de la RSE	16
2.5.- RSE en Venezuela	19
III. Marco Referencial	21
IV. Método	23
4.1.- Objetivo General	23
4.2.- Objetivos Específicos	23
4.3.- Hipótesis	23
4.4.- Tipo de investigación	23
4.5.- Diseño de la investigación	24
4.6.- Instrumentos	26
4.6.1 Ficha Técnica	26
4.6.2 Tabla de indicadores propuesta por la ONU	27
4.6.3 Tabla de datos	29
4.7.- Plan Operativo	29
V. Análisis y discusión de datos	30

5.1.- Programa “Buen Vecino” de Farmacias SAAS	30
5.2.- Programa “Operación Sonrisa” de Colgate-Palmolive	34
5.3.- Programa “Cania” de Empresas Polar	38
5.4.- Programa “Becas de integración” de BBVA Banco Provincial	42
5.5.- Programa “Escuelas nutritivas” de Alpina	46
5.6.- Programa “Conexión Social” de Digitel	49
5.7.- Programa “Nutrir” de Nestlé	53
5.8.- Programa “Proniño” de Telefónica	57
5.9.- Programa “Niños en la Cumbre” de Supermercados Unicasa	61
5.10.- Programa “Pinta tu escuela” de Toyota	65
5.11.- Observación general de los proyectos analizados	69
VI. Conclusiones y Recomendaciones	70
VII. Bibliografía	73
VIII. Anexos	74

INDICE DE TABLAS

- 4.6.2 Tabla de Indicadores propuesta por la ONU (modificada según las necesidades del estudio)	27
- 4.6.3 Tabla de Datos	29
- Tabla de datos por programa analizado: “Buen Vecino” de Farmacias SAAS.	32
- Tabla de datos por programa analizado: “Operación Sonrisa” de	

Colgate-Palmolive.	35
- Tabla de datos por programa analizado: “Cania” de Empresas Polar	39
- Tabla de datos por programa analizado: “Becas de Integración” de BBVA Banco Provincial	43
- Tabla de datos por programa analizado: “Escuelas Nutritivas” de Alpina	47
- Tabla de datos por programa analizado: “Conexión Social” de Digitel	50
- Tabla de datos por programa analizado: “Nutrir” de Nestlé	54
- Tabla de datos por programa analizado: “Proniño” de Telefónica	58
- Tabla de datos por programa analizado: “Niños en la Cumbre” de Supermercados Unicasa	62
- Tabla de datos por programa analizado: “Pinta tu escuela” de Toyota	66

I. INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) puede tener en esencia dos concepciones, una de estrategia de negocios y la otra es el sentido de ayuda a los demás.

Para las Naciones Unidas, el concepto de RSE nace junto a la renovada noción de la empresa moderna, haciendo referencia a una nueva manera de hacer negocios, en la cual, las compañías tratan de encontrar un estado de equilibrio entre la necesidad de alcanzar objetivos económicos, financieros y de desarrollo, y el impacto social y ambiental de sus actividades.

Si compilamos los distintos conceptos de RSE concluiríamos afirmando que “es el compromiso permanente y la probidad que asumen las empresas en su contribución con el desarrollo sostenible de sus grupos de interés, siendo ambientalmente responsables abarcando ámbitos más amplios que los exigidos por ley, sin dejar de ser rentables para que pueda asegurar la continuidad de sus acciones de este compromiso social” (Cámara Venezolana-Americana VenAmCham, 2012 Sobre la RSE)

En teoría es un concepto bastante atractivo pero ¿es viable y proporciona beneficios tangibles en todos los casos donde se pretende implementar? Según la III encuesta de las “*Prácticas y Tendencias Actuales de Responsabilidad Social Empresarial y gestión Ambiental en Venezuela*” realizada por Price WaterHouse Coopers (PwC), uno de los ítems arrojó que 73% de las empresas encuestadas reportan que se le presentan obstáculos para incorporar la RSE. Principalmente afectan factores como: falta de conocimientos en el tema, falta de recursos financieros, falta de una estrategia de RSE, falta de compromiso de los accionistas, falta de profesionales especializados. (Españeira Pacheco y Asociados, 2011, III Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial en Venezuela)

Para Margarita Méndez de Montero, Directora Ejecutiva de Alianza Social la empresa tiene la capacidad gerencial y la experiencia práctica para agregar valor a la inversión social. La Responsabilidad Social, para que pueda darse y generar mayor impacto, amerita esfuerzos trisectoriales: Empresa, Estado y Sociedad Civil. La empresa debe ser rentable, generar empleos al igual que debe apoyar a la comunidad en la que está inserta. (VenAmCham, 2012 Sobre la RSE)

“El apoyo filantrópico es vital, pero para aproximarnos eficazmente al tema de la RSE, debemos dejar el enfoque unidimensional de los proyectos y programas, y pasar a revisar los procesos de gestión del día a día de la vida empresarial”, según Italo Pizzolante, ex presidente de Alianza Social de Venezuela. ” (VenAmCham, 2012 Sobre la RSE)

Con base en estas consideraciones la presente investigación busca analizar las características y el impacto de los programas e iniciativas de RSE de las empresas venezolanas en los sectores donde penetran, tomando como premisa que lo fundamental es que la Responsabilidad Social debe generar un cambio positivo y crecimiento para las comunidades, ya que un buen desempeño en trabajo social implica una relación bilateral entre beneficiarios y empresa, logrando como fin último dar un aporte a la sociedad en donde se realiza la actividad comercial y a su vez el “agradecimiento” por el trabajo realizado genera beneficios directos e indirectos para la marca, servicio o según sea el caso.

La RSE ha tenido un desarrollo desigual en Latinoamérica porque a pesar de haber crecido es poco lo que se tiene en términos de medición de impacto de los programas. Cientos de empresas dedican miles de dólares anuales a programas que realmente no contribuyen en la resolución de los retos asociados a la pobreza, violencia, educación, cultura, ecología, etc. De modo que resulta importante esta investigación que permitirá conocer el valor del impacto de algunos programas de RSE que se desarrollan en Venezuela.

Esto permitirá a las empresas que desarrollan los programas sentir el respaldo de que su gestión tiene un impacto positivo en la comunidad a la que se dirigen; y a las empresas que aún no están alineadas con el concepto de RSE, les servirá de incentivo para comenzar a incidir positivamente sobre sus grupos de interés, a sabiendas de que hay maneras de lograrlo.

Para efectos de esta investigación se han delimitado las opciones de estudio en: a) Por sector (farmacéutico, bancario...); b) Por tema (hambre, pobreza...); o c) Por tipo de beneficiario (niños, tercera edad, medio ambiente...) En el presente trabajo se seleccionó trabajar con el aspecto c), específicamente el público infantil. De tal manera, se seleccionaron proyectos que tienen como objeto ayudar a los niños en diferentes aspectos.

Se revisa el impacto de éstos de acuerdo a su impacto a corto y largo plazo, además de analizar su pertinencia respecto a los llamados “Temas del Milenio” como son: pobreza, hambre e igualdad de género.

Según la Organización de Naciones Unidas (ONU), los llamados “Temas del Milenio” son aspectos prioritarios que se deben resolver en todo el mundo. Además deberían ser los principales temas a considerar en la inversión empresarial para RSE.

La presente investigación será un registro del impacto de la RSE en niños de Venezuela, que dará luces a la inversión de las empresas y será medidor de impacto para aquellos que ya dedican su ayuda al desarrollo infantil. Lo más importante, será tomar en cuenta de qué manera se puede invertir más esfuerzo para la disminución de la pobreza y el hambre en niños de Venezuela.

II. MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes

Las preocupaciones sociales no son nuevas en el mundo de los negocios. En el siglo XIX algunos empresarios industriales en Europa y Estados Unidos sobresalieron por sus preocupaciones por la sociedad, la vivienda, el bienestar y la caridad hacia sus trabajadores y familias. Con el advenimiento del siglo XX y, sobre todo, con el desarrollo del estado de bienestar, el espíritu de caridad y de filantropía se canalizó mediante relaciones más formales y estructuras institucionales.

“Este modelo de gestión empresarial ha evolucionado en Venezuela de manera progresiva en el tiempo, cambiando sus concepciones conforme con las circunstancias del entorno socioeconómico del país. Fue impulsado en primera instancia por las empresas extranjeras que hacían vida económica en nuestro país, pero posteriormente su evolución se debió a iniciativas individualizadas, hasta que llegaron a ser una respuesta propia de la organización empresarial”. (Oviedo Corteza Marinely, 2011, Elementos para un enfoque estratégico de la responsabilidad social de las organizaciones empresariales)

Aunque pareciera que la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es un concepto nuevo, según La Cruz Moreno, “existen referentes de principios de siglo XX en Venezuela. Históricamente la RSE, se vinculó con acciones aisladas y personales de los líderes organizacionales, pero en la actualidad se considera como un elemento fundamental de la estrategia que debe difundirse a través de la cultura.” (La Cruz Moreno, 2007, La Empresa Ambientalmente Responsable Una Visión de Futuro, p. 1)

2.2 Definición de RSE

La RSE es un modelo de gestión empresarial que incorpora aspectos sociales y ambientales dentro de su estrategia de negocios, con el fin asumir la responsabilidad de los impactos que genera la actividad productiva a la que se dedica la empresa.

“... una empresa responsable socialmente representa a una organización que evalúa el efecto que su gestión pueda o tiene en las comunidades, en sus trabajadores y accionistas, incorporando de manera efectiva sus intereses sociales en sus procesos y en sus resultados”. (Oviedo Corteza Marinely, 2011, Elementos para un enfoque estratégico de la responsabilidad social de las organizaciones empresariales)

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE), también denominada Responsabilidad Social Corporativa (RSC), es un término que hace referencia al conjunto de obligaciones y compromisos, legales y éticos, tanto nacionales como internacionales, que se derivan de los impactos que la actividad de las organizaciones producen en el ámbito social, laboral, medioambiental y de los derechos humanos.

Se entiende que la adopción de criterios de responsabilidad social corporativa en la gestión empresarial comienza a través de la formalización de políticas respecto de aquellos interlocutores, socios o grupos de interés que interactúan con la compañía en ámbitos como las relaciones con accionistas, con empleados y con la comunidad, en la acción social, la gestión medioambiental, las relaciones con clientes, y la extensión de estas políticas a la cadena de abastecimiento; todo ello integrado en la estrategia global de la empresa.

La transparencia sobre las políticas y los sistemas de gestión, y sobre los resultados obtenidos en los ámbitos social, medioambiental y económico, constituye otro de los pilares básicos del concepto de responsabilidad social corporativa. Finalmente, el tercer pilar de la RSC es el escrutinio externo de los resultados obtenidos. El escrutinio externo implica que la responsabilidad social de las empresas puede ser medida, en parte, por la respuesta que éstas dan a las necesidades de sus distintos interlocutores,

socios o grupos interesados en su actividad (Valldaura Isabel, 2005, Responsabilidad Social Corporativa)

La RSE implica una contribución de las organizaciones a mejorar su entorno y el de las personas, empresas, instituciones y entes con los que se relaciona en general. Va desde lo social, lo económico hasta lo ambiental. Consiste en que las empresas den valor agregado a la comunidad en aras de incrementar su propio valor. Es vital destacar que “la RSE no significa simplemente que la empresa cumple con la ley y las normas que la cobijan, va más allá, aunque implica en primera instancia y por supuesto su respeto y cumplimiento. ... Ella engloba prácticas empresariales que buscan equilibrio entre los aspectos mencionados anteriormente de lo social, lo económico y lo ambiental. Además busca que las condiciones internas y propias de la empresa en sí sean excelentes en lo que se refiere a los empleados, sus condiciones de trabajo y la calidad en todos los procesos que se derivan de su razón de ser” (Murcia Deisy, 2010, Responsabilidad Social Empresarial).

2.3 Importancia de la RSE

Adaptarse a los nuevos retos estratégicos que significan los cambios del mundo actual (vertiginosos cambios tecnológicos, sociales, económicos y ambientales) no ha sido una tarea sencilla para los empresarios en los últimos años. De esto habla La Cruz Moreno, cuando recuerda que “la principal función de la empresa consiste en crear valor y generar beneficios para sus propietarios y accionistas; pero también puede contribuir al bienestar de la sociedad. Hoy en día, los empresarios deben estar más convencidos de que el éxito económico no depende únicamente de una estrategia de aumento de los beneficios, sino de la protección del medio ambiente y el fomento de la responsabilidad social, incluidos los intereses de los consumidores”. (La Cruz Moreno, 2007, La Empresa Ambientalmente Responsable Una Visión de Futuro, p. 1)

Las personas actúan y toman decisiones sobre los productos y servicios que adquieren en función de las percepciones que tengan de éstos y de sus fabricantes y distribuidores. A su vez, los consumidores forman parte de comunidades y muestran, cada vez más, mayor atención a los comportamientos de las empresas en relación al medio ambiente, la producción limpia, el reciclaje, abuso patronal, enriquecimiento de empresas sin contrapartida a la sociedad, entre otros. En este contexto, es evidente que las empresas deben tomar en cuenta la percepción del consumidor en cuanto a estos temas sociales a la hora de garantizar la rentabilidad de sus organizaciones. Estos temas sociales se circunscriben en la orientación empresarial hacia la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) (León Fátima, 2008, La Percepción de La Responsabilidad Social Empresarial Por Parte del Consumidor)

Lindbaek hace énfasis en lo que considera el problema más urgente y a largo plazo en la humanidad actualmente: la pobreza. El reto de reducir la pobreza debe ser asumido, según él, por la sociedad en su conjunto. “El crecimiento económico es de por sí importante, pero no es suficiente. Para que el crecimiento económico sea sostenible en el tiempo es necesario que eche raíces en una sociedad que funcione bien. Por lo tanto, la

relación entre la empresa y la sociedad tiene importancia vital” (Lindbaek Jannikk, 2003, Conferencia, La Ética y La Responsabilidad Social Empresarial)

Cada vez son más las empresas que fomentan estrategias de RSE como una forma de responder a distintas presiones y problemáticas sociales, medioambientales y económicas. “Al afirmar su compromiso social y asumir voluntariamente otros que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales, que deberían cumplir en cualquier caso, las empresas intentan elevar los niveles de desarrollo social, protección del medio ambiente, respeto de los derechos humanos y mejorar las relaciones entre los directivos de las organizaciones con el consejo de administración y con sus accionistas sobre todo”. (Sánchez Aracely y Gómez José, 2008, Responsabilidad Social Empresarial: un reto para la industria química)

De modo que las empresas, en medio de su principal responsabilidad de generar beneficios, deben buscar la manera de “contribuir al mismo tiempo al logro de objetivos sociales, del medio ambiente, educativos y de salud integrando la responsabilidad social como inversión relevante en el contenido de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades” (Sánchez Aracely y Gómez José, 2008, Responsabilidad Social Empresarial: un reto para la industria química)

La importancia alcanzada por la RSE es tan significativa, que todos voltearon hacia ella para atribuirle buena parte de la culpa de la reciente crisis financiera. Pero lo interesante es que ahora todos hacen referencia a ella para superar esa misma crisis y para asegurar el mejoramiento de la sanidad económica, social y medioambiental. El hecho de que se le haya atribuido la causa y la solución de una misma situación, evidencia que la RSE ha ganado un amplio y prioritario lugar público. Junto a esta circunstancia global, se aprecia que, en nuestro país (Venezuela) -a pesar de que no se han producido acciones oficiales destinadas a facilitar, colaborar, promocionar o potenciar el tema- se han producido numerosas e importantes iniciativas para su desarrollo, así como expansivas reflexiones sobre sus alcances. Es asombroso observar la cantidad de personas que, desde sus respectivas posiciones y profesiones, han

focalizado sus creencias, pensamientos, sentimientos y voluntades a favor del diseño, implantación, desarrollo y evaluación de la RSE.
(VenAmCham, <http://www.venamcham.org/demo/alianza/visiones.pdf>)

2.4 Alcance de la RSE

Como ya se ha dicho, para una empresa ser socialmente responsable no se limita a cumplir las obligaciones jurídicas sino que debe buscar invertir más en el capital humano, el entorno y sus relaciones con sus grupos de interés: accionistas, proveedores, clientes, comunidad aledaña, ambiente, autoridades y empleados.

Sánchez y Gómez son enfáticos en afirmar que “la experiencia adquirida con la inversión en tecnologías y prácticas comerciales respetuosas del medio ambiente sugiere que ir más allá del cumplimiento de la legislación puede aumentar la competitividad de las empresas. La aplicación de normas más estrictas que los requisitos de la legislación del ámbito social, por ejemplo en materia de formación, condiciones laborales o relaciones entre la directiva y los trabajadores, puede tener también un impacto directo en la productividad”. (Sánchez Aracely y Gómez José, 2008, Responsabilidad Social Empresarial: un reto para la industria química)

La responsabilidad social de las empresas no se debe considerar sustitutiva de la reglamentación o legislación sobre derechos sociales o normas de protección al ambiente, ni permite tampoco soslayar la elaboración de nuevas normas apropiadas. En los países que carecen de tales reglamentaciones, los esfuerzos se deberían centrar en la instauración del marco legislativo o reglamentario adecuado a fin de definir un entorno uniforme a partir del cual desarrollar prácticas socialmente responsables.

A pesar de que, hasta ahora, el fomento de la responsabilidad social ha correspondido fundamentalmente a algunas grandes empresas o sociedades multinacionales, esta es importante en todos los niveles y los sectores de actividad, desde las pequeñas y medianas, (Pymes), a las multinacionales. El aumento de su puesta en práctica en las pequeñas y medianas empresas, incluidas las microempresas, es fundamental, porque son las que más contribuyen a la economía y a la creación de puestos de

trabajo. (Sánchez Aracely y Gómez José, 2008, Responsabilidad Social Empresarial: un reto para la industria química)

El alcance de la RSE puede incidir económicamente en beneficios para la empresa. Bien sean directos o indirectos, tal como explican Sánchez y Gómez. “Se pueden derivar resultados positivos directos de, por ejemplo, un mejor entorno de trabajo que genere un mayor compromiso de los trabajadores e incremente su productividad o de una utilización eficaz de los re-cursos naturales. Además, se logran efectos indirectos a través del aumento de la atención que prestan a la empresa consumidores e inversionistas, que ampliará su participación en el mercado” (Sánchez Aracely y Gómez José, 2008, Responsabilidad Social Empresarial: un reto para la industria química)

Algunos autores refieren que el alcance de la RSE debe beneficiar en primera instancia al público interno: los empleados. “Dentro de la empresa, las prácticas responsables en lo social impactan en primer lugar a los trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión en recursos humanos, la salud, la seguridad y la gestión del cambio, mientras que las aplicaciones con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales utilizados en la producción” (Sánchez Aracely y Gómez José, 2008, Responsabilidad Social Empresarial: un reto para la industria química)

Actualmente, uno de los desafíos más importantes a los que se enfrentan las empresas es atraer a trabajadores calificados y lograr que permanezcan a su servicio. En este contexto, las medidas pertinentes podrían incluir el aprendizaje permanente, la asignación de responsabilidades a los trabajadores, la mejora de la información en la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la igualdad de retribución y de perspectivas profesionales para las mujeres y la seguridad en el lugar de trabajo.

Los ejercicios responsables de contratación, en particular los no discriminatorios, podrían facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres. Dichas prácticas son fundamentales para conseguir los objetivos de aumentar la tasa de empleo y luchar contra la exclusión social.

En el ámbito del aprendizaje permanente, las empresas deben desempeñar un papel fundamental en varios niveles: contribuir a definir mejor las necesidades de capacitación mediante una asociación estrecha con las instituciones educativas que diseñan los programas de educación y formación; fomentar el paso de los jóvenes de la vida escolar a la vida laboral, por ejemplo facilitando el acceso a puestos de aprendizaje y creando un entorno que estimule la enseñanza permanente de todos los empleados, en particular de los que tienen un menor nivel educativo, así como de los trabajadores de mayor edad” (Sánchez Aracely y Gómez José, 2008, Responsabilidad Social Empresarial: un reto para la industria química)

Pero la RSE no debe limitarse al público interno de las empresas. “Lejos de limitarse al interior de las empresas, la responsabilidad social se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de trabajadores y accionistas, un amplio abanico de grupos de interés: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y organizaciones no gubernamentales defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente. La responsabilidad social de las empresas debe sobrepasar también las fronteras de cualquier comunidad”. (Sánchez Aracely y Gómez José, 2008, Responsabilidad Social Empresarial: un reto para la industria química)

2.5 RSE en Venezuela

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) surge como un concepto que corre el riesgo de ser considerado una moda. De modo que el reto, no solo en Venezuela sino en la región, parece ser darle solidez a la RSE incorporándola dentro de la gestión de las empresas.

Al respecto, Perla Puterman comenta que “la responsabilidad social en nuestro país se ha convertido mayoritariamente, por supuesto con excepciones bien importantes aunque pocas, en acciones muy concretas para dar respuesta al tema del compromiso social exigido por el Gobierno Bolivariano de Venezuela. Por otra parte, hay que reconocer que con la situación actual de supervivencia de las empresas venezolanas, el ya cumplir con este compromiso social es digno de ser reconocido.” (Perla Puterman, publicado en la revista RSE Venezuela; ed 14; 2012; p.18).

En el país existen distintas organizaciones dedicadas a promover la RSE en las empresas que hacen vida en Venezuela. Cada vez hay más oferta de formación (cursos, diplomados, maestrías) para que los profesionales de distintas áreas complementen sus conocimientos especializados en la materia. Sin embargo, se hace cada vez más necesario articular las políticas públicas para fomentar y promover la RSE en el sector privado con mayor fuerza y alcance.

Por su parte, Víctor Guédez agrega que “mientras las políticas públicas en el mundo están destinadas a fomentar, capacitar, cooperar y reconocer las acciones sociales de las empresas, aquí en Venezuela se legisla para intimidar y perseguir toda actividad que pretenda conjugar el valor económico con el valor social. Por eso se observa que buena parte del tiempo que las compañías deberían dedicarle a diseñar sus estrategias de negocio y a perfilar sus armónicas relaciones con la comunidad, tienen que ocuparse de encontrar mecanismos para protegerse de las agresiones que proceden del hostil entorno político (...) Lo más significativo es que –más allá de las empresas que han asumido estas dificultades como una excusa para no hacer nada o dejar de hacer lo poco que hacían– son muchas las organizaciones que han sostenido su empeño con una disposición insobornable. (Víctor Guédez, publicado en la revista RSE Venezuela; ed 14; 2012; p.16)

Sandra Orjuela también opina al respecto, agregando que “la RSE ha sido afectada por la cantidad de leyes dirigidas al sector privado, lo que ha llevado a ver disminuida su capacidad de ejecución, así se encuentran limitados para efectuar la RSE partiendo de sus bases: la voluntad y la libertad para accionar, ya que se ven ahogados por estas normas que les dejan escaso margen de actuación. (Sandra Orjuela, publicado en la revista RSE Venezuela; ed 14; 2012; p.20).

III. MARCO REFERENCIAL

Según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE) se tienen los siguientes datos en Venezuela de los indicadores propuestos por la ONU para el año 2008:

La tasa de mortalidad infantil es de 4,7 por cada 1000 niños nacidos vivos.

Niños y niñas menores de 5 años con desnutrición crónica (2008)	302,786 (10.5%)
Niños y niñas menores de 5 años con desnutrición aguda (2008)	100,929 (3.5%)
Niños y niñas menores de 5 años con desnutrición global (2008)	103,812 (3.6%)
% de recién nacidos con bajo peso al nacer (2008)	8,2
Cobertura de vacunación de Antipolio en menores de un año (2006)	73,0

El INE (2009) establece que la pobreza tiene un carácter multidimensional y multicausal. Comprende una dimensión económica, vinculada básicamente al ingreso proveniente del mercado laboral y otra referente al acceso efectivo a los bienes sociales de salud, educación, protección social provistos por el Estado y la solidaridad.(p.26)

Si se quiere definir la palabra pobreza, se encuentran varias definiciones, en una clasificación hecha por la ONU se encuentran doce definiciones según el enfoque que se le dé, Para el caso particular se hace énfasis en dos de ellas:

Pobreza como un concepto material, el primer grupo de definiciones se refiere a la pobreza como un concepto material. La población es pobre porque no tiene algo que necesita, o cuando carece de los recursos para acceder a las cosas que necesita. (Spiker, p. 2)

Pobreza como situación económica, si la pobreza está asociada a una falta de recursos, también puede ser entendida en términos económicos. Uno de los enfoques más utilizados para medir la pobreza es el de los

ingresos, a tal punto que algunos científicos sociales consideran que pobreza es equivalente a bajos ingresos. (Spiker, p.4)

El INE también acota que “desde el enfoque económico la pobreza se define como la falta de ingresos, y existe cuando los hogares de una determinada sociedad tienen tan pocos ingresos que no pueden satisfacer necesidades básicas socialmente definidas” (INE, 2009, p.26)

Cuando hay pobreza necesariamente hay malnutrición o lo que ahora se entiende por subnutrición o desnutrición. Según datos del INE “el déficit nutricional según peso- edad en menores de 5 años, relaciona el peso obtenido en un sujeto menor de 5 años, con la referencia para su misma edad y sexo. Este indicador se ubica en 7,7% en 1990, desciende progresivamente, hasta registrar un valor de 5,3% en 1998”. (2010, p.26)

Estos datos nos permiten enmarcar la investigación dentro de unas cifras oficiales que determinan que en Venezuela se hace necesario poner la atención en la pobreza y la desnutrición. La empresa privada puede jugar un papel importante en reducir los niveles de pobreza, analfabetismo y desnutrición en el país. En esta investigación veremos si su impacto es positivo en estas materias.

IV. MÉTODO

4.1 Objetivo General

Analizar las características de 10 proyectos de RSE en Venezuela en función del impacto que estos causan en el desarrollo infantil.

4.2 Objetivos Específicos

- Identificar proyectos de RSE en Venezuela dedicados al desarrollo infantil.
- Contrastar las características de los proyectos de RSE dedicados al desarrollo infantil de diferentes empresas venezolanas.
- Indagar factores que generaron mayor impacto en los beneficiarios.
- Contrastar las iniciativas de los proyectos de RSE dedicados al desarrollo infantil en Venezuela con las “Metas del Milenio”.

4.3 Hipótesis

La inversión de RSE destinada al desarrollo infantil en Venezuela en pocos casos está orientada a resolver asuntos como educación, hambre y pobreza, tres de los objetivos del milenio.

4.4 Tipo de Investigación

Según Bunge la investigación es descriptiva. Según Bunge, en las investigaciones de tipo descriptiva, llamadas también investigaciones diagnósticas, buena parte de lo que se escribe y estudia sobre lo social no va mucho más allá de este nivel. Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores.

En la ciencia fáctica, la descripción consiste, según Bunge, en responder a las siguientes cuestiones:

- ¿Qué es? > Correlato.
- ¿Cómo es? > Propiedades.
- ¿Dónde está? > Lugar.
- ¿De qué está hecho? > Composición.
- ¿Cómo están sus partes, si las tiene, interrelacionadas? > Configuración.
- ¿Cuánto? > Cantidad

El objetivo de la investigación descriptiva consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son meros tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento. En este particular, el tipo de investigación descriptiva será Estudio de Encuestas y Estudio de casos.

4.5 Diseño de la Investigación

No Experimental

Según Hernández, Fernández y Baptista “Podría definirse como la investigación que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Es decir, se trata de estudios donde no hacemos variar en forma intencional las variables independientes para ver su efecto sobre otras variables. Lo que hacemos en la *investigación no experimental* es observar fenómenos tal como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Como señalan Kerlinger y Lee (2002), "en la investigación no experimental no es posible manipular las variables o

asignar aleatoriamente a los participantes o los tratamientos. De hecho, no hay condiciones o estímulos planeados que se administren a los participantes del estudio”.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2007) son "estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que los fenómenos en su ambiente natural para después analizarlos". “La *investigación no experimental* es un parte aguas de un gran número de estudios cuantitativos como las encuestas de opinión, los estudios ex post-facto retrospectivos y prospectivos, etc”.

Así pues, para este estudio se utilizará el análisis de información de las empresas que se encuentra disponible y pública en sus páginas web, informes de gestión y/o medios de comunicación. Se hará el estudio diagnóstico de diez casos no aleatorios por medio de un instrumento diseñado para medir la incidencia en los indicadores y metas propuestos por los Objetivos del Milenio de la Organización de Naciones Unidas (ONU).

4.6 Instrumentos

Se utilizará la siguiente Ficha Técnica para describir cada uno de los programas seleccionados para el análisis.

4.6.1 Ficha técnica

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa:

Valores:

Misión:

Sector Productivo de la Economía:

Iniciativa:

Objetivo:

Públicos Involucrados:

Problema Social que atiende:

Beneficiarios:

Meta del Milenio:

Inversión de Recursos:

4.6.2 Tabla de Indicadores propuesta por la ONU (modificada según las necesidades del estudio)

Objetivos del Desarrollo del Milenio	Metas	Indicadores
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	1C Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan de hambre	Prevalencia de niños menores de 5 años de peso inferior a lo normal
		Porcentaje de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria (subnutrición)
3. Lograr la enseñanza primaria universal	2A Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.	Tasa neta de matrícula en la escuela primaria.
		Porcentaje de los estudiantes que comienzan el primer grado y llegan al último grado de la escuela primaria
		Tasa de alfabetización de mujeres y hombres de edades comprendidas entre los 14 y los 24 años.
6. Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer	No aplica para este trabajo	No aplica para este trabajo
4. Reducir la mortalidad	4A Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la	Tasa de mortalidad de los niños menores de 5 años

infantil	mortalidad de los niños menores de 5 años	Tasa de mortalidad infantil.
		Porcentaje de los niños de 1 año vacunados contra el sarampión
5. Mejorar la salud materna	No aplica para este trabajo	No aplica para este trabajo
6. Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades	6C Haber comenzado a reducir, para el año 2015, la incidencia del paludismo y otras enfermedades	Tasas de mortalidad e incidencia asociadas al paludismo
		Porcentaje de niños menores de 5 años que duermen bajo mosquiteros tratados con insecticida
		Porcentaje de niños menores de 5 años con fiebre que son tratados con medicamentos antipalúdicos adecuados
		Tasa de prevalencia y mortalidad de la tuberculosis
		Proporción de casos de tuberculosis detectados y curados con el tratamiento

		breve bajo observación directa
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	No aplica para este trabajo	No aplica para este trabajo
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo	8E: En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo	Proporción de la población con acceso estable a medicamentos esenciales a precios razonables
	8F En colaboración con el sector privado, velar porque se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las tecnologías de la información y de las comunicaciones	Líneas de teléfono por cada 100 habitantes
		Abonados a teléfonos celulares por cada 100 habitantes
		Usuarios de Internet por cada 100 habitantes

4.6.3 Tabla de Datos

Luego para cada programa se completará la siguiente tabla que permitirá evaluar el programa con respecto a las metas e indicadores planteados por la ONU:

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador ? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?

4.7 Plan Operativo

Población de interés: empresas o programas de RSE que trabajen para el desarrollo infantil.

- Método de recolección de datos: Observación (revisión del Reporte Anual de Gestión de cada empresa, página web y medios de comunicación especializados).
- Marco de muestreo: Proyectos de RSE destinados al desarrollo de niños, niñas y adolescentes en Venezuela.
- Métodos de muestreo: no aleatorio.
- Tamaño de la muestra: 10 empresas.
- Elementos: proyectos de RSE destinados al desarrollo infantil, registro, empresas, relación cualitativa.

V. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN DE DATOS

5.1 Programa “Buen Vecino” de Farmacias SAAS

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa: Farmacias SAAS 

Valores: “Vocación de servicio, confianza, atención a la comunidad, honestidad, perseverancia, respeto y compromiso recíproco.”

Misión: “Somos una farmacia, miembro de la gran familia Farmacia SAAS, conformada por un equipo de personas motivadas a dar lo mejor de sí, orientadas a brindar un servicio que satisface a sus clientes, sustentándose en un sistema de gestión de calidad y en el mejoramiento continuo de sus procesos, con criterio de rentabilidad y permanencia en el tiempo.”

Sector Productivo de la Economía: Salud

Iniciativa: “Buen Vecino”

Objetivo: Donación, dotación y reposición periódica gratuita de botiquines de primeros auxilios en la escuelas a cada farmacia de la red.

Públicos Involucrados: Colegios, red de farmacias

Problema Social que atiende: Salud (Déficit en dotación de botiquines de primeros auxilios)

Beneficiarios: niñas, niños y docentes

Meta del Milenio: Meta Número 8

Inversión de Recursos: No disponible

Tabla de datos por programa analizado: “Buen Vecino” de Farmacias SAAS.

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
“Buen Vecino” Farmacias SAAS	8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.	8E: En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo.	Proporción de la población con acceso estable a medicamentos esenciales a precios razonables.
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador ? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?
Sí	Este programa dona, dota y repone periódicamente de forma gratuita botiquines de primeros auxilios en	5	Sí

	las escuelas cercanas a cada farmacia de la red.		
--	--	--	--

Este programa está inscrito dentro del objetivo del milenio número 8: “Fomentar una alianza mundial para el desarrollo”.

Observación: Es incluido en esta meta porque a pesar de que es un proyecto dedicado a la salud, no cumple con los indicadores descritos en el Objetivo del Milenio número 6 (“Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades”).

Meta 8E: “En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo”

Observación: Se cumple la meta pues la empresa farmacéutica (Farmacias SAAS) es la encargada a través de su red, de beneficiar a las comunidades donde desarrollan su actividad comercial.

Indicador: “Proporción de la población con acceso estable a medicamentos esenciales a precios razonables”

En este apartado el programa consiste en la donación y reposición de medicamentos a escuelas. Aunque la meta se refiere al acceso a medicamentos a precios razonables, este programa actúa con mejores expectativas, libera a los beneficiarios de pagar algún monto por los productos farmacéuticos, lo que facilita aún más el acceso a estos y permite el logro de la meta.

- **¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)**

Sí contribuye directamente a través de sus aliados. Incide directamente en este indicador.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

Impulsa alianzas e incentiva a todas las farmacias de su red para que colaboren con el programa.

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)**

Es calificado con un 5, pues se trata de medicamentos que suplen una necesidad “menor”, es decir, en caso de algún accidente menor que puedan sufrir los alumnos en las escuelas, tales como raspaduras, golpes leves, cortaduras leves.

Es importante el programa porque garantiza el bienestar ante cualquier eventualidad, sin embargo, en lo que se refiere al impulso social en cuanto al suministro de otros medicamentos utilizados para tratamientos de enfermedades no se cumple. Este programa en particular no abarca esa finalidad.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

Sin embargo, cuentan con otras actividades que entre otros beneficios incluyen el indicador en cuestión como por ejemplo los “Operativos de Salud” para promover la salud y prevención de enfermedades (que abarcan tanto el objetivo 6 como el 8 al mismo tiempo) consta de jornadas de vacunación, despistaje de osteoporosis, glicemia y colesterol, entre otros.

De esta labor antes descrita se genera la iniciativa “Chequeo Saludable” en el cual se hacen chequeos integrales gratuitos.

5.2 Programa “Operación Sonrisa” de Colgate Palmolive

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa: Colgate Palmolive

Valores: “Cuidar, trabajo en equipo global, mejora continua”

Misión: “Llegar a ser la mejor compañía global de productos de consumo”

Sector Productivo de la Economía: Salud

Iniciativa: “Operación Sonrisa”

Objetivo: “brindar atención médica especializada e integral en malformaciones craneofaciales, principalmente, hendiduras de labio y paladar, de forma gratuita a niños, jóvenes y adultos, sustentados en altos estándares de calidad, profesionalismo, seguridad y transparencia, gracias a la sinergia y compromiso social de patrocinadores, donantes y voluntarios.”

Públicos Involucrados: niños, jóvenes y adultos con hendiduras de labio y paladar.

Problema Social que atiende: Salud (corrección de hendidura de labio y paladar).

Beneficiarios: niñas, niños.

Meta del Milenio: Meta número 6

Inversión de Recursos: No disponible

Tabla de datos por programa analizado: “Operación Sonrisa” de Colgate-Palmolive.

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
“Operación Sonrisa” Colgate Palmolive	6. Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades.	6C Haber comenzado a reducir, para el año 2015, la incidencia del paludismo y otras enfermedades.	No aplica
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?
Sí	Brinda atención médica especializada e integral en malformaciones craneofaciales, principalmente, hendiduras de labio y paladar, de forma gratuita a través de	10	Sí

	patrocinadores, donantes y voluntarios.		
--	---	--	--

Este programa está inscrito dentro del objetivo del milenio número 6: “Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades”

Este programa no cuenta con una meta e indicador especificado en la tabla de indicadores propuesta por la ONU, sin embargo para que se pueda dar la clasificación de los programas y determinar su impacto, deben integrarse a un objetivo con el que tenga alguna vinculación. Si se entiende la hendidura de paladar como una patología, se le puede incluir dentro de la categoría enfermedades.

- **¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador?
(Sí o No)**

Sí, en Venezuela este es un programa que tiene mucho reconocimiento debido a los resultados que obtienen sus beneficiarios, sin embargo, para las metas que deben ser alcanzadas para el año 2015 (erradicar el índice de paludismo en niños menores de 5 años), este programa no está diseñado para tal fin.

Dado el objetivo que es combatir enfermedades, se puede decir que sí colabora indirectamente con el objetivo aunque no coincida exactamente con las prioridades ahí establecidas.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

Se hace a través de voluntariado de diversos especialistas cirujanos maxilofaciales, pediatras, psicólogos, enfermeras, entre otros.

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador?
(siendo 10 el máximo impacto)**

La calificación es 10. Durante 20 años Operación Sonrisa ha realizado 164 operativos, en los cuales han sido evaluados más de 14.365 pacientes, e intervenidos quirúrgicamente 7.867. Logrando resultados óptimos que permiten a los niños comer con total normalidad, besar, reír, haciendo un cambio positivo en su aspecto físico y emocional.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

Sí, cuenta con otros programas que ayudan a mejorar la salud de comunidades apartadas dentro el territorio venezolano, como lo son las zonas indígenas. Para esto se trasladan con consultorios portátiles que permiten ser prácticos en la labor y es importante también para transportar los implementos necesarios, todo lo descrito pertenece a la iniciativa “Colgate Palmolive en contacto con la comunidad” que es un proyecto dedicado a erradicar las enfermedades periodontales. Este programa incluye beneficiarios diversos, entre ellos niños.

5.3 Programa “CANIA” de Empresas Polar

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa: Empresas Polar 

Valores: Justicia, solidaridad, integridad, excelencia

Misión "Satisfacer las necesidades de consumidores, clientes, compañías vendedoras, concesionarios, distribuidores, accionistas, trabajadores y suplidores, a través de nuestros productos y de la gestión de nuestros negocios, garantizando los más altos estándares de calidad, eficiencia y competitividad, con la mejor relación precio/valor, alta rentabilidad y crecimiento sostenido, contribuyendo con el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad y el desarrollo del país”.

Sector Productivo de la Economía: Alimentos y bebidas

Iniciativa: “CANIA”

Objetivos:

Preventivos

Promocionar el buen estado de nutrición y salud de la población de Antímáno en general y de los grupos vulnerables en particular.

Curativos

Proporcionar atención integral a la población pediátrica y a las mujeres embarazadas de la Parroquia Antímáno que presenten malnutrición por déficit o por exceso con el objeto de lograr su recuperación, ejerciendo un adecuado control y seguimiento de los pacientes egresados.

Públicos Involucrados: Empresas Polar, universidades, voluntarios, comunidad de Antímáno

Problema Social que atiende: Hambre, pobreza

Beneficiarios: niñas, niños, madres

Meta del Milenio: Meta número 1

Inversión de Recursos: No disponible

Tabla de datos por programa analizado: "Cania" de Empresas Polar

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
"CANIA" Empresas Polar	1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.	1C Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan de hambre.	Prevalencia de niños menores de 5 años de peso inferior a lo normal
			Porcentaje de la población por debajo del nivel mínimo de consumo

			de energía alimentaria. (subnutrición)
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador ? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?
Sí	A través del Centro de Atención Nutricional Infantil Antímamo programa (ARN) brinda ayuda para evitar la malnutrición, ofreciendo alimentos, corrige técnicas alimentarias, entre otras actividades complementarias.	10	Sí

Este programa está inscrito dentro del Objetivo del Milenio número 1: “Erradicar la pobreza extrema y el hambre”.

Meta 1C: “Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan de hambre”

Indicador: “Prevalencia de niños menores de 5 años de peso inferior a lo normal”

Indicador: “Porcentaje de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria (subnutrición)”

- **Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)**

La respuesta es sí. El programa ayuda de manera directa a la comunidad de Antímano contribuyendo a la mejoría del indicador.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

Cuenta con una casa a la cual acuden los niños para recibir alimentación balanceada, saludable y nutritiva. Además de esto se dan charlas a los niños y sus padres sobre buenos hábitos alimenticios.

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)**

La puntuación es 10, se dedica a una comunidad de escasos recursos económicos, atacando dos pilares fundamentales como son la información sobre la adecuada nutrición y dando los alimentos preparados. Para ello cuenta con una institución llamada “CANIA” en donde desarrollan dichas actividades.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

Sí, Empresas Polar cuenta con más programas que abarcan otras áreas.

5.4 Programa “Becas de Integración” de BBVA Banco Provincial

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa: BBVA Banco Provincial

Valores: información no disponible.

Misión: “La Fundación BBVA Banco Provincial es una organización sin fines de lucro, auspiciada por BBVA Banco Provincial, que tiene como misión promover y realizar programas para el desarrollo social, con especial énfasis en la educación y la cultura, que beneficien al conjunto de la sociedad, tanto en el ámbito local como nacional”.

Sector Productivo de la Economía: Banca Privada

Iniciativa: “Becas de Integración”

Objetivo: “educar en valores, promover la lectura y la escritura creativa...”

Públicos Involucrados: Fundación BBVA Banco Provincial, AVEC, niñas y niños

Problema Social que atiende: educación.

Beneficiarios: niñas y niños de 6to grado de Educación Primaria

Meta del Milenio: meta número 2

Inversión de Recursos: No disponible

Tabla de datos por programa analizado: “Becas de Integración” de BBVA Banco Provincial

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
“Becas de Integración” BBVA Banco Provincial	1. Lograr la enseñanza primaria universal.	2A Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.	Tasa de alfabetización de mujeres y hombres de edades comprendidas entre los 14 y los 24 años.
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?
Sí	Becas. Pago de la matrícula de inscripción y mensualidades en el plantel donde cursan estudios alumnos de secundaria con escasos recursos	10	Sí

	monetarios, a fin de garantizar su permanencia en el sistema educativo.		
--	---	--	--

Este programa cumple con las características del Objetivo del Milenio número 2 “Lograr la enseñanza primaria universal”.

Meta 2A: “Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria”

- **Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)**

Sí contribuye directamente, permite que los beneficiarios puedan seguir estudiando mediante donación directa de dinero para las matrículas escolares.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

Proporciona becas a estudiantes de secundaria que cursan estudios en colegios subsidiados por la Asociación Venezolana de Educación Católica (AVEC).

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)**

La calificación es de 10 pues contribuye con uno de los aspectos más importantes en una sociedad, la educación es un punto importante para el desarrollo del individuo y a su vez esto repercute en un aporte positivo a su entorno.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

Sí, tiene gran cantidad de programas que ayudan en distintas áreas. Para el caso presente tiene programas de formación docente, culturales, tales como:

“Programa Editorial: libro infantil 2012”: Tiene como objetivo difundir diversos temas históricos, tradicionales, literarios y sobre el medio ambiente, generando en las nuevas generaciones un sentido de pertenencia e identidad nacional.

“Programa Papagayo”: Es un programa pedagógico dedicado a educar en valores, promover la lectura y la escritura creativa en niños de sexto grado de Educación Primaria de escuelas públicas subsidiadas por la (AVEC) a nivel nacional.

5.5 Programa “Escuelas Nutritivas” de Alpina

OBJETIVOS MILENIO



Empresa: Alpina

Valores: Información no disponible

Misión: Información no disponible

Sector Productivo de la Economía: Alimentos y bebidas

Iniciativa: “Escuelas Nutritivas”

Objetivo: “inculcar buenos hábitos de alimentación en los niños y adultos...”

Públicos Involucrados: Docentes, personal administrativo, padres y representantes

Problema Social que atiende: Hambre, pobreza

Beneficiarios: niñas, niños

Meta del Milenio: Meta número 1

Inversión de Recursos: Información no disponible

Tabla de datos por programa analizado: “Escuelas Nutritivas” de Alpina

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
“Escuelas Nutritivas” Alpina	1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre.	1C Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan de hambre.	Prevalencia de niños menores de 5 años de peso inferior a lo normal
			Porcentaje de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria. (subnutrición)
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?
Sí	Dan charlas en las escuelas cercanas a la planta de Villa de Cura, para inculcar buenos hábitos de alimentación en los niños y adultos.	5	Sí

Objetivo de desarrollo del milenio número 1 “Erradicar la pobreza extrema y el hambre”.

Meta 1C “Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan de hambre”.

Indicador: “Prevalencia de niños menores de 5 años de peso inferior a lo normal”.

Indicador: “Porcentaje de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria (subnutrición)”.

- **¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)**

Sí, contribuye directamente pues la empresa proporciona todos los recursos necesarios como logística y talento humano.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

Se dan charlas informativas y de orientación sobre buenos hábitos y alimentación saludable, esto se hace en escuelas cercanas a la planta ubicada en Villa de Cura.

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)**

Es un programa importante en cuanto a concienciación, sin embargo podría ser más contundente en cuanto a su alcance. Debería incluir la dotación y preparación de alimentos como lo hace “CANIA” de Empresas Polar, así sería un proyecto más completo. Sin embargo cumple con su cometido. Por eso lo calificamos con una puntuación de 5.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

En Venezuela no cuenta con programas para el presente indicador, sin embargo cuenta con actividades de asesoría nutricional gratuita en Centros de salud Alpina, también promueven los buenos hábitos alimenticios por redes sociales lanzando concursos como “La lonchera

nutritiva” en donde los consumidores comparten sus mejores ideas para armar una lonchera nutritiva y ganan bolsos de productos Alpina.

5.6 Programa “Conexión Social” de Digitel

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa: Digitel

Valores: No encontrado

Misión: “A lo largo de nuestra historia nos hemos posicionado como una empresa pionera en servicios de telecomunicaciones. Hoy te ofrecemos servicios de telefonía móvil y fija, así como también servicios de Internet de última generación para los segmentos prepago o postpago con soluciones adaptadas a las necesidades de usuarios naturales, PYME y corporativos.”

Sector Productivo de la Economía: Telefonía privada

Iniciativa: Conexión Digital

Objetivo: "... fortalecer el desempeño de las organizaciones sin fines de lucro a través del uso del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación."

Públicos Involucrados: Organizaciones sin fines de lucro, fundación Venezuela sin Límites

Problema Social que atiende: Acceso a la información y tecnología

Beneficiarios: niñas, niños

Meta del Milenio: meta número 8

Inversión de Recursos: Información no disponible

Tabla de datos por programa analizado: "Conexión Social" de Digitel

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
"Conexión Social " Digitel	8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo.	8F En colaboración con el sector privado, velar porque se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las tecnologías de la información y de las comunicaciones.	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes.
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador ? (siendo 10 el	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este

No)		máximo impacto)	indicador?
Sí	Provee a las organizaciones que se desempeñan en las áreas de educación y salud de servicios de conectividad que les permita potenciar su trabajo, crear espacios de intercambio y compartir experiencias exitosas para de esta forma lograr un mayor impacto en beneficio de quienes más lo necesitan.	9	Sí

Objetivo del milenio número 8: “Fomentar una asociación mundial para el desarrollo”.

Meta 8F: “En colaboración con el sector privado, velar porque se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las tecnologías de la información y de las comunicaciones”.

Indicador: “Usuarios de Internet por cada 100 habitantes”

- **¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)**

Sí contribuye directamente, es una empresa de tecnología que provee la misma a sectores que la necesitan.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

“Fortalece el desempeño de las organizaciones sin fines de lucro a través del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación. El propósito de esta iniciativa es proveer a las organizaciones que se desempeñan en las áreas de educación y salud de servicios de conectividad que les permitan potenciar su trabajo, crear espacios de intercambio y compartir experiencias exitosas para de esta forma lograr un mayor impacto en beneficio de quienes más lo necesitan”.

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)**

Se puntúa con un 9. En el mundo actual es de gran importancia la tecnología de la información que facilita el acceso al mundo, a conocimientos y es clave para el desarrollo. Es un programa que tiene gran alcance ya que trabaja con distintas organizaciones.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

Sí, cuenta con el programa “Digisalud”: en conjunto con la Fundación Venezuela Sin Límites tienen el objetivo de mejorar los servicios de salud automatizando las historias y citas médicas.

Otro programa es “SOS Telemedicina”: Con la tecnología brindan conectividad a centros ambulatorios del estado Nueva Esparta, logrando una red de intercambio de información médica entre profesionales de la salud.

5.7 Programa “Nutrir” de Nestlé

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa: Nestlé **Nestlé**

Valores:

- Respeto de otras culturas y tradiciones.
- Relaciones personales basadas en la confianza y el respeto mutuo.
- Alto nivel de tolerancia frente a las ideas y opiniones de los demás, entre otros.

Misión: Exceder con servicios, productos y marcas, las expectativas de Nutrición, Salud y Bienestar de nuestros clientes y consumidores.

Sector Productivo de la Economía: Alimentos

Iniciativa: “Nutrir”

Objetivo: “... crear conciencia en nutrición, salud y bienestar en niños con edad escolar.”

Públicos Involucrados: niños entre 6 y 12 años, y de talleres para sus docentes, representantes y líderes comunitarios.

Problema Social que atiende: Pobreza, hambre

Beneficiarios: niñas, niños

Meta del Milenio: Meta número 1

Inversión de Recursos: Información no disponible.

Tabla de datos por programa analizado: “Nutrir” de Nestlé

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
“Nutrir “ Nestlé	1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	1C Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan de hambre	Prevalencia de niños menores de 5 años de peso inferior a lo normal
			Porcentaje de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria (subnutrición)
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador ? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?

Sí	A través de charlas buscan crear conciencia en nutrición, salud y bienestar en niños con edad escolar	6	Sí
----	---	---	----

Objetivo de desarrollo del milenio número 1 “Erradicar la pobreza extrema y el hambre”.

Observación: Es un programa lúdico-educativo, sin embargo el fin último es crear conciencia sobre la nutrición.

Meta 1C: “Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan de hambre”

Indicador: “Prevalencia de niños menores de 5 años de peso inferior a lo normal”.

Indicador: “Porcentaje de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria (subnutrición)”.

- **¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)**

Sí, contribuye directamente, no actúa a través de ONG’s.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

Concientiza a través de actividades lúdico-educativas con niños entre 6 y 12 años, y de talleres para sus docentes, representantes y líderes comunitarios. Los temas que aborda son: alimentación balanceada, actividad física, higiene y manipulación de alimentos.

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)**

La calificación es 6, combina actividades creativas y que por su naturaleza lúdica quedan afianzadas en los públicos involucrados, sin embargo, debería incluir la proveeduría de

alimentos saludables como un tipo de actividad especial o integrarla al programa ya existente.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

Sí, todos se enfocan en la nutrición. Algunos son “Escuela del sabor” en el cual se desarrollan las habilidades culinarias de los participantes incentivándolos a preparar comida nutritiva, además incentiva el emprendimiento, aunque no está enfocado en niños es importante mencionarlo.

5.8 Programa “Proniño” de Telefónica

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa: Telefónica (a través de Fundación Telefónica)

Valores: Visión, talento, compromiso, fortaleza

Misión: Información o disponible.

Visión: “Abrimos camino para seguir transformando posibilidades en realidades, con el fin de crear valor para los empleados, clientes, accionistas, socios a nivel global y a toda la sociedad.”

Sector Productivo de la Economía: Servicios (Telefonía Privada)

Iniciativa: “Proniño”

Objetivo: “...permanencia en la escuela de niñas, niños y adolescentes que trabajan o están en riesgo de abandonar la escolaridad para ingresar tempranamente al mercado laboral.”

Públicos Involucrados: ONG's, Telefónica, padres

Problema Social que atiende: Educación

Beneficiarios: niñas, niños

Meta del Milenio: Meta número 2

Inversión de Recursos: Información no disponible

Tabla de datos por programa analizado: "Proniño" de Telefónica

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
"Proniño" Telefónica	1. Lograr la enseñanza primaria universal.	2A Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.	Tasa neta de matrícula en la escuela primaria.
			Porcentaje de los estudiantes que comienzan el primer grado y llegan al último grado de la escuela primaria
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?
Sí	Promueve la permanencia en las	8	Sí

	<p>escuelas de niñas, niñas y adolescentes que trabajan o están en riesgo de abandonar la escolaridad para ingresar tempranamente al mercado laboral, brindándoles el apoyo para culminar su educación y prevenir así la vulneración de sus derechos.</p>		
--	---	--	--

Este programa cumple con las características del Objetivo del Milenio número 2: “Lograr la enseñanza primaria universal”.

Meta 2 A: “Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria”

Indicador: “Tasa neta de matrícula en la escuela primaria”

Indicador: “Porcentaje de estudiantes que comienzan el primer grado y llegan al último grado de la escuela primaria”

- **¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)**

Sí contribuye directamente al indicador. La empresa es quien ejecuta el programa y provee los recursos necesarios, logísticos y económicos. También cuenta con organizaciones sociales aliadas.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

Las niñas, niños y adolescentes beneficiarios del programa, cuentan con apoyo para el transporte, útiles, materiales escolares y uniformes. También se les brinda atención en salud primaria, preventiva, psicológica, nutrición, refuerzo pedagógico, formación en valores y proyecto de vida. Cuentan con actividades culturales, deportivas y recreativas que aseguran su buen desarrollo y salud mental.

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)**

Su impacto es de 8 pues garantiza la educación dando todas las herramientas necesarias para que los niños culminen sus estudios, disminuyendo así el trabajo infantil. Además el programa da orientación a los padres de los niños. Otro punto a favor es que el programa es de gran alcance, pues cuenta con 105 ONG's aliadas.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

Sí, tiene un programa muy importante, se llama "Educared" que se encarga de llevar la tecnología a la enseñanza. Ofrece un medio interactivo y lúdico que puede usar la comunidad educativa en general, cuentan con contenidos lúdicos, didácticos, herramientas web 2.0, contribuyendo con todo esto a la excelencia educativa. Un punto a resaltar es que el portal está en constante actualización.

5.9 Programa “Niños en la Cumbre” de supermercados UNICASA

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa: Supermercados Unicasa

Valores: Honestidad, respeto, responsabilidad, trabajo en equipo, calidad de servicio, profesionalismo.

Misión: Satisfacer las necesidades de nuestros clientes ofreciéndoles calidad y variedad de productos y servicios a precios competitivos y asegurándoles una agradable experiencia de compra.

Para esto, nos esforzamos en desarrollar una cadena multiformatos rentable, con alta eficiencia operativa, recursos humanos competentes y tecnología de vanguardia; capaz de sustentar un exitoso crecimiento.

Sector Productivo de la Economía: Servicios

Iniciativa: “Niños en la Cumbre”

Objetivo: Desarrollo del sistema de valores, en la formación del carácter y la conducta.

Públicos Involucrados: “Integrantes de Proyecto Cumbre” diversas, canal de televisión, niños de diferentes estratos socioculturales

Problema Social que atiende: educación en valores

Beneficiarios: niñas, niños

Meta del Milenio: Meta número 2

Inversión de Recursos: Información no disponible

Tabla de datos por programa analizado: “Niños en la Cumbre” de Supermercados Unicasa

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
“Niños en la Cumbre” Supermercados Unicasa	1. Lograr la enseñanza primaria universal	2A Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria	No aplica
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador ? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?
Sí	Es un proyecto	10	Sí

	<p>cuyo objetivo es brindarle</p> <p>a un grupo de niños, niñas y adolescentes, una experiencia de valores</p> <p>a través de uno de los retos más importantes de sus vidas: escalar las cumbres más altas de Venezuela</p>		
--	---	--	--

Este programa cumple con las características del Objetivo del Milenio número 2 “Lograr la enseñanza primaria universal”.

Observación: Este programa se introduce en esta categoría pues se trata de un proyecto de educación informal.

Meta 2 A: “Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria”.

- **¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador?**
(Sí o No)

No tiene un indicador en la tabla de Objetivos del Milenio, sin embargo cumple con un cometido educativo.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

Con la colaboración de profesionales del montañismo llevan a los niños a escalar los picos más altos de Venezuela y algunos en el exterior, es un programa que incluye por lo menos

dos temporadas televisadas donde se muestra el crecimiento en valores, formación de carácter y conducta de los niños que participan.

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)**

La calificación es 10, es un proyecto que sale de lo convencional, ataca un gran problema social, disminuyendo el ocio, delincuencia por precisamente tener un fuerte pilar de educación en valores como el trabajo en equipo, la persistencia, dedicación, motivación al logro, entre otros.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

Sí, cuenta con el programa “Soporte y Recuperación Nutricional” lo hace en conjunto con la Sociedad de Amigos de Niños y Ancianos (SANA), los beneficiados son alumnos de la escuela Jenaro Aguirre Elorriaga en Petare y el preescolar de la Asociación de Desarrollo Integral (ADIC) ubicado en el municipio Baruta, con este programa lograron un nivel de normalización nutricional de 47,62% y 54% respectivamente.

5.10 Programa “Pinta tu escuela” de Toyota

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa: Toyota

Valores: Honestidad, lealtad, respeto, responsabilidad y confianza

Misión: Ofrecer a nuestros clientes automóbiles de la prestigiada marca Toyota. Basada en una entrega de calidad, seguimiento de postventa y servicio de calidad a precios adecuados, para la satisfacer las necesidades del cliente con un respaldo tecnológico y de calidad, logrando al mismo tiempo una rentabilidad para nuestros accionistas

Sector Productivo de la Economía: Automotriz

Iniciativa: “Pinta tu Escuela”

Objetivo: “...construir escuelas en las poblaciones necesitadas, aportando además los insumos y materiales educativos como pupitres, pizarrones, bebederos, entre otros.”

Públicos Involucrados:

Problema Social que atiende: Educación

Beneficiarios: niñas, niños

Meta del Milenio: Meta número 2

Inversión de Recursos: Información no disponible

Tabla de datos por programa analizado: “Pinta tu escuela” de Toyota

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
“Pinta tu escuela” Toyota	1. Lograr la enseñanza primaria universal	2A Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria	Porcentaje de los estudiantes que comienzan el primer grado y llegan al último grado de la escuela primaria
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador ? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?
Sí	Diseñado inicialmente como cláusula de RSE, este programa permanece como una herramienta que permite revisar las necesidades físicas	7	No

	<p>de los planteles educativos, reportadas por el organismo encargado de la materia en Cumaná, Estado Sucre, y con base en las cuales se determina que población se verá beneficiada con nuestro aporte.</p>		
--	--	--	--

Este programa cumple con las características del Objetivo del Milenio número 2: “Lograr la enseñanza primaria universal”.

Observación: El programa no se dedica a la educación pero su finalidad es proporcionar las condiciones para que se dé el proceso de educación de la forma más óptima.

Meta 2 A: “Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria”.

Indicador: “Porcentaje de alumnos que comienzan el primer grado y llegan al último grado de la escuela primaria”.

Este programa es un punto clave para evitar el ausentismo escolar, cuando no existen las condiciones óptimas para que una escuela funcione se ven forzados a suspender las actividades, en el ínterin los niños pueden desertar del colegio.

- **¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)**

. Contribuye indirectamente, la mejoría de las instalaciones propicia el ambiente necesario para la enseñanza y el aprendizaje.

- **¿Cómo lo hace? (explique)**

Revisa las necesidades de las escuelas, arregla la infraestructura. Además construye y dota escuelas con pupitres, pizarrones, bebederos, entre otros.

- **En la escala del 1 al 10 ¿cuánto estima su impacto positivo en este indicador? (siendo 10 el máximo impacto)**

La calificación es 7 pues se da la oportunidad de crear nuevos espacios para permitir a los niños el acceso a la educación, así como garantizar la continuidad dentro del sistema escolar.

- **¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?**

No cuenta con más programas dedicados a la educación. Por la naturaleza de la actividad económica de la empresa, no hay una actividad de RSE que se pueda vincular directamente, por lo tanto trata de abarcar varios sectores como lo son: salud, deporte y comunidad.

5.11 Observación general de los proyectos analizados

Lo primero que se debe tomar en cuenta es que de los diez (10) proyectos seleccionados las áreas a las que se dedican son:

Desarrollo / Tecnología: 1 programa

Salud: 2 programas

Hambre/Pobreza: 3 programas

Educación: 4 programas

En los diez programas que fueron detallados anteriormente se observan características importantes para tomar en cuenta cuando se hace RSE, estas características facilitan la implementación de programas que tengan un impacto importante en la sociedad, garantizando alternativas si se cuenta con un presupuesto bajo o cualquier otro factor que haga difícil la labor de la empresa en cuanto a su actividad de RSE. Es importante contar con voluntariado, alianzas, olvidarse de la filantropía, lograr la participación comunitaria, y si es posible tener una buena inversión en recursos humanos y económicos.

Como ya se ha evidenciado es imperativo tener áreas de enfoque basados en cubrir las “Metas del Milenio”. Si esto se cumple, los proyectos serán más pertinentes y seguro conducirán a mejores resultados que se traducen en un impacto importante.

VI. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De los programas de Responsabilidad Social Empresarial analizados, vale resaltar:

- Algunos proyectos no cumplen con los indicadores relativos a las necesidades inmediatas contempladas en la tabla establecida por la ONU, sin embargo esto no le resta importancia a los proyectos, si analizan las características que los describen se evidencia que son pertinentes y solucionan problemáticas importantes para Venezuela.
- Las alianzas y el voluntariado son factores clave de los proyectos analizados.
- Deben surgir otros programas que cumplan con objetivos que no fueron vistos en este trabajo. Es importante tomar en cuenta el tema de la disminución del Paludismo en Venezuela. Si no existe presencia de la enfermedad en el país se pueden dictar charlas informativas y preventivas de la enfermedad. El tema de la reducción de la mortalidad en niños también es de suma importancia y un punto fundamental a considerar cuando se piense en hacer RSE.
- Se debe tomar en cuenta la creatividad para las propuestas de RSE, un excelente ejemplo de esta inventiva es el programa “Niños en la Cumbre” que va más allá de lo convencional, va más allá del donativo.

- Son pocos los proyectos que reflejan la inversión de recursos económicos, en este caso para ninguno de los programas la información estaba disponible y esto se puede deber a que las empresas no quieren dejar entrevisto cuánto invierten, ya sea a modo estratégico o por discreción.

Queda solo un año para lograr un cambio en el panorama de RSE mundial, sin embargo Venezuela dista de alcanzar dichos objetivos, quizá factores particulares como economía y regulaciones puedan estar afectando la forma como se hace RSE. Sin embargo, ya tenemos evidenciadas características en este trabajo de programas realizados en este país que con creatividad, alianzas y voluntariado, pueden hacer una gran diferencia en el cambio social.

Es importante tomar en cuenta las nuevas tendencias y evolución de la responsabilidad social, el término RSE incluso ha ido cambiando considerando las diferentes visiones de las empresas, tiene que ver en cómo perciben ellos la actividad social. De reciente data son las acepciones Responsabilidad Social Corporativa y Empresas Sociales, esta última es una interesante propuesta que expone el libro del premio Nobel de la Paz Yunus . El libro plantea la creación de “Empresas Sociales”, concepto bajo el cual las empresas ya no tendrán que donar cada tanto, por el contrario harán una inversión que luego de un tiempo tendrán el retorno de la inversión, es decir, se garantiza el desarrollo sostenible de estas “Empresas Sociales”.

La filantropía fue muy utilizada en el pasado por el desconocimiento de los aportes sociales que se pueden hacer si realmente la empresa da aportes en lo que sabe hacer, es decir, funciona mejor dentro de un terreno conocido. Por ejemplo si es una empresa de farmacéutica lo más lógico es dedicarse al ámbito de la salud. Es urgente evitar la cultura del donativo pues esto no soluciona las carencias a largo plazo, y en ocasiones son incluso donativos que no dan un aporte importante a los niños y su desarrollo.

Según la revista RSE Venezuela en la edición de su tercer aniversario, explica que “Nuestro país cuenta con esos elementos, con sus matices locales. ‘En mi opinión en Venezuela las condiciones para la RSE son: alta regulación y poco diálogo del Estado con

el sector privado. El foco en la sobrevivencia del sector privado no le ha permitido desarrollarse e invertir (...)"

“Más adelante en el mismo artículo dice que “Las organizaciones internacionales que estimulan la RSE se han mantenido al margen con poca o ninguna participación y estímulo a la RSE en Venezuela. Todo ello conlleva a políticas de corto plazo que no contribuyen al movimiento de la RSE”

“Venezuela posee más de 10 normas y regulaciones como Lopcymat y Locti, Sin embargo, estas reglas no resultan del todo positivas para el estímulo de la responsabilidad social”

A pesar de estos inconvenientes se ha evidenciado que si se puede hacer buena RSE en Venezuela, desistir no es una alternativa para la empresa consciente de su entorno, y más aún cuando se habla de proyectos destinados a los niños y la juventud. Como lo contempla la LOPNA, se debe velar por el bienestar de los niños, niñas y adolescentes, cuidarlos y propiciar un ambiente de crecimiento personal, cultural, educativo, deportivo, entre otros. Ellos son el futuro de todas las sociedades, es en el presente donde se deben sentar las bases en los niños para propiciar y garantizar la continuidad de las labores del hoy con el objetivo de lograr un mundo mejor.

VII.- Bibliografía

1. (Oviedo Corteza Marinely, 2011, Elementos para un enfoque estratégico de la responsabilidad social de las organizaciones empresariales)
2. (La Cruz Moreno, 2007, La Empresa Ambientalmente Responsable Una Visión de Futuro, p. 1)
3. Valldaura Isabel, 2005, Responsabilidad Social Corporativa)
4. (Murcia Deisy, 2010, Responsabilidad Social Empresarial).
5. (León Fátima, 2008, La Percepción de La Responsabilidad Social Empresarial Por Parte del Consumidor)
6. (Sánchez Aracely y Gómez José, 2008, Responsabilidad Social Empresarial: un reto para la industria química
7. VenAmCham, 2010
8. Perla Puterman, publicado en la revista RSE Venezuela; ed 14; 2012; p.18).
9. (Víctor Guédez, publicado en la revista RSE Venezuela; ed 14; 2012; p.16)
10. (Sandra Orjuela, publicado en la revista RSE Venezuela; ed 14; 2012; p.20).
11. INE (2009, P.26)
12. (Spiker, p. 2)
13. Spiker, p.4)

14. (INE 2010, p.26)

15. Página o web oficial ONU

16. Página web oficial INE

VIII.- Anexos

7.1 Anexo A: Ficha técnica

OBJETIVOS DEL MILENIO



Empresa:

Valores:

Misión:

Sector Productivo de la Economía:

Iniciativa:

Objetivo:

Públicos Involucrados:

Problema Social que atiende:

Beneficiarios:

Meta del Milenio:

Inversión de Recursos:

7.2 Anexo B: Tabla de Indicadores propuesta por la ONU (modificada según las necesidades del estudio)

Objetivos del Desarrollo del Milenio	Metas	Indicadores
1. Erradicar la pobreza extrema y el hambre	1C Reducir a la mitad, entre 1990 y 2015, el porcentaje de personas que padezcan de hambre	Prevalencia de niños menores de 5 años de peso inferior a lo normal
		Porcentaje de la población por debajo del nivel mínimo de consumo de energía alimentaria (subnutrición)
3. Lograr la enseñanza primaria universal	2A Velar porque para el año 2015, los niños y niñas de todo el mundo puedan terminar un ciclo completo de enseñanza primaria.	Tasa neta de matrícula en la escuela primaria.
		Porcentaje de los estudiantes que comienzan el primer grado y llegan al último grado de la escuela primaria
		Tasa de alfabetización de mujeres y hombres de edades comprendidas entre los 14 y los 24 años.
6. Promover la igualdad entre los sexos y el empoderamiento de la mujer	No aplica para este trabajo	No aplica para este trabajo

4. Reducir la mortalidad infantil	4A Reducir en dos terceras partes, entre 1990 y 2015, la mortalidad de los niños menores de 5 años	Tasa de mortalidad de los niños menores de 5 años
		Tasa de mortalidad infantil.
		Porcentaje de los niños de 1 año vacunados contra el sarampión
5. Mejorar la salud materna	No aplica para este trabajo	No aplica para este trabajo
6. Combatir el VIH/SIDA, la malaria y otras enfermedades	6C Haber comenzado a reducir, para el año 2015, la incidencia del paludismo y otras enfermedades	Tasas de mortalidad e incidencia asociadas al paludismo
		Porcentaje de niños menores de 5 años que duermen bajo mosquiteros tratados con insecticida
		Porcentaje de niños menores de 5 años con fiebre que son tratados con medicamentos antipalúdicos adecuados
		Tasa de prevalencia y mortalidad de la tuberculosis

		Proporción de casos de tuberculosis detectados y curados con el tratamiento breve bajo observación directa
7. Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	No aplica para este trabajo	No aplica para este trabajo
8. Fomentar una asociación mundial para el desarrollo	8E: En cooperación con las empresas farmacéuticas, proporcionar acceso a los medicamentos esenciales en los países en desarrollo	Proporción de la población con acceso estable a medicamentos esenciales a precios razonables
	8F En colaboración con el sector privado, velar porque se puedan aprovechar los beneficios de las nuevas tecnologías, en particular de las tecnologías de la información y de las comunicaciones	Líneas de teléfono por cada 100 habitantes
		Abonados a teléfonos celulares por cada 100 habitantes
		Usuarios de Internet por cada 100 habitantes

7.3 Anexo C: Tabla de Datos

Programa y empresa que lo ejecuta	Objetivo del Milenio	Meta	Indicador
¿Contribuye este programa directa o indirectamente a mejorar este indicador? (Sí o No)	¿Cómo lo hace? (explique)	¿En la escala del 1 al 10 cuánto estima su impacto positivo en este indicador ? (siendo 10 el máximo impacto)	¿Tiene esta empresa otros programas que generen un impacto sobre este indicador?