

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**VICERRECTORADO ACADEMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES**  
**ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA**



**RELACIONES DE CONFIANZA Y RECIPROCIDAD PARA LA  
CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

**Presentado por:**

**LCDA, ANNIE MOLINA DUQUE.**

**BR. YEXI KATHERINE MORA**

**TRUJILLO, VENEZUELA**

**2024**

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**VICERRECTORADO ACADEMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES**  
**ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA**



**RELACIONES DE CONFIANZA Y RECIPROCIDAD PARA LA  
CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

**Trabajo Especial de Grado para Optar al Título de Licenciadas en Contaduría  
Pública y Administración de Empresas.**

**Presentado por:**

**LCDA. ANNIE MOLINA DUQUE**

**BR. YEXI KATHERINE MORA**

**Tutor:**

**PROF. MSC.MARILYN BRICEÑO**

**TRUJILLO, VENEZUELA**

**2024**


## VEREDICTO

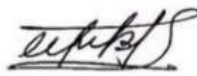
### VICERRECTORADO ACADÉMICO FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

#### VEREDICTO


Nosotros, Prof. MSc. Lisbett Cabrera, Prof. MSc. Marilyn Briceño y Prof. MSc. Liliana Rivera, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **RELACIONES DE CONFIANZA Y RECIPROCIDAD PARA LA CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, que presenta la Lcda. **Molina Duque Annie Coromoto**, portadora de la C.I. No **13.763.423**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con veinte **(20) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Momboy", referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Contaduría Pública.

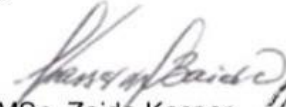
En fe de lo cual firmamos en Valera a los diecinueve días (19) días del mes de junio del año dos mil veinticuatro.

  
 Prof. MSc. Liliana Rivera  
 C.I. 13.048.877  
 JURADO

  
 Prof. MSc. Marilyn Briceño  
 C.I. 13.205.436  
 TUTOR

  
 Prof. MSc. Lisbett Cabrera  
 C.I. 13.461.549  
 PRESIDENTE DEL JURADO

  
 Prof. Msc. Héctor Antúnez  
 C.I. 9.364.278  
 DECANO

  
 Prof. MSc. Zaida Kassar  
 C.I. 9.175.011  
 VICERRECTORA






**VICERRECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES**


**VEREDICTO**

Nosotros, Prof. MSc. Lisbett Cabrera, Prof. MSc. Marilyn Briceño y Prof. MSc. Liliana Rivera, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **RELACIONES DE CONFIANZA Y RECIPROCIDAD PARA LA CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, que presenta la Bachiller Mora Quintrero Yexi Katherin, portadora de la C.I. No 24.782.290, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente lo hemos calificado con veinte (20) puntos, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad "Valle del Momboy", referente a la evaluación de los Trabajos Especiales de Grado para optar al título de Licenciada en Administración de Empresas.


En fe de lo cual firmamos en Valera a los diecinueve días (19) días del mes de junio del año dos mil veinticuatro.

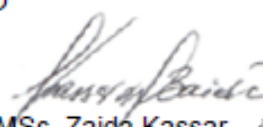
  
 Prof. MSc. Liliana Rivera  
 C.I. 13.048.877  
 JURADO

  
 Prof. MSc. Marilyn Briceño  
 C.I. 13.205.436  
 TUTOR

  
 Prof. MSc. Lisbett Cabrera  
 C.I. 13.461.549  
 PRESIDENTE DEL JURADO



  
 Prof. Msc. Héctor Antúnez  
 C.I. 9.364.278  
 DECANO

  
 Prof. MSc. Zaida Kassar  
 C.I. 9.175.011  
 VICERRECTORA



+58 412 2263605



[www.uvm.edu.ve](http://www.uvm.edu.ve)



[universidadvalledelmomboy@uvm.edu.ve](mailto:universidadvalledelmomboy@uvm.edu.ve)

## DEDICATORIA

El siguiente trabajo de grado lo dedico especialmente a:

Mi Santo Cristo de La Grita, quien me ha dado la fortaleza y el valor para culminar tan anhelada meta.

Mi madre Julia y mi padre José, quienes con su gran amor incondicional me han apoyado para seguir adelante en todas las etapas de mi vida.

A lo más preciado de mi vida, Cristhian y Daniela, mis sobrinos queridos, que con mi ejemplo aprendan que con constancia y dedicación se logran las metas, los amo con todo mi corazón.

A mis hermanos Heidi y Alejandro, para que sigan mi ejemplo de superación, se esmeren a ser cada día mejor sin importar las adversidades y las circunstancias de la vida.

A todos aquellos que estuvieron apoyándome de una u otra manera, aunque no los nombre, siempre los llevare en mi corazón.

Annie Molina Duque

## DEDICATORIA

El siguiente trabajo se lo dedico especialmente a:

A Dios, por darme la vida y la salud para llegar hasta aquí y cumplir satisfactoriamente esta meta de vida.

A mi madre Lucenith Quintero por siempre apoyarme, guiarme y a mi padre Yoel Mora que está en el cielo y me bendice todos los días.

A mi esposo Juan Manuel Moreno por el apoyo infinito en los tiempos más difíciles.

A mis hijos Camila y Juan Andrés, por ser los motores en cada etapa y enseñarme el amor más puro y así darme las ganas de seguir adelante.

Al equipo profesional de la universidad por su dedicación y esmero en enseñarnos.

A mi compañera Annie por el cariño, apoyo y comprensión en este proceso.

A todos los que me acompañaron en este camino, les dedico este gran logro.

Yexi Katherine Mora

## **AGRADECIMIENTO**

Al Santo Cristo de La Grita, que nos llenó de sabiduría y fortaleza para seguir adelante.

A nuestra tutora Marilyn Briceño, quien con su valiosa orientación hizo posible finalizar nuestro trabajo de grado.

Al personal de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, por su significativa colaboración en el desarrollo de la investigación.

Gracias.

Annie Molina Duque

Yexi Katherine Mora

## **RELACIONES DE CONFIANZA Y RECIPROCIDAD PARA LA CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Presentado por: BR. Yexi Katherine Mora  
Lcda. Annie Molina Duque  
Tutor: Msc. Marilyn Briceño  
Julio 2024

### **RESUMEN**

El objetivo de este trabajo fue determinar las relaciones de confianza y reciprocidad necesarias para la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo. La metodología se enmarcó en el paradigma cuantitativo, apoyada de una investigación de campo de tipo descriptivo con un diseño no experimental de tipo transaccional. La muestra estuvo conformada por una muestra censal de veinte personas. Para la recolección de la información se utilizó la técnica de la encuesta, mediante la aplicación de un instrumento tipo cuestionario conformado por catorce ítems con cinco alternativas de respuesta Siempre (S), Casi Siempre (CS), A Veces (AV), Casi Nunca (CN), Nunca (N), previamente validado a través de juicio de expertos y determinada su confiabilidad con la aplicación del coeficiente Alfa de Cronbach, luego se ordenaron los datos para aplicar la fórmula estadística que dio como resultado de 0,69, el cual representa alta confiabilidad. El análisis de datos se realizó mediante una escala arbitraria propuesta por las autoras de la investigación en las dimensiones nivel de confianza y reciprocidad, tipos de responsabilidad social empresarial con sus respectivos indicadores, para lo cual se elaboraron cuadros descriptivos por indicadores. Los resultados evidenciaron que las personas que conforman la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo poseen un bajo nivel de confianza y reciprocidad para la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial según los datos obtenidos, por lo tanto, se concluye presentar lineamientos para consolidar la Responsabilidad Social Empresarial basados en las relaciones de confianza y reciprocidad de los grupos de interés.

**Palabras clave:** responsabilidad social empresarial, confianza, reciprocidad.

## **RELATIONSHIPS OF TRUST AND RECIPROCITY FOR THE CONSOLIDATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY**

Presented by: Br. Yexi Katherine Mora  
Lcda. Annie Molina Duque  
Tutor: Msc. Marilyn Briceño  
July 2024

### **SUMMARY**

The objective of this work was to determine the relationships of trust and reciprocity necessary for the consolidation of Corporate Social Responsibility in the Colegio Santo Cristo Educational Unit. The methodology was framed in the quantitative paradigm, supported by descriptive field research with a non-experimental transactional design. The sample was made up of a census sample of twenty people. To collect the information, the survey technique was used, through the application of a questionnaire-type instrument made up of fourteen items with five response alternatives: Always (S), Almost Always (CS), Sometimes (AV), Almost Never (CN), Never (N), previously validated through expert judgment and its reliability determined with the application of Cronbach's Alpha coefficient, then the data were ordered to apply the statistical formula that resulted in 0.69, the which represents high reliability. The data analysis was carried out using an arbitrary scale proposed by the authors of the research in the dimensions level of trust and reciprocity, types of corporate social responsibility with their respective indicators, for which descriptive tables by indicators were prepared. The results showed that the people who make up the Colegio Santo Cristo Educational Unit have a low level of trust and reciprocity for the consolidation of Corporate Social Responsibility according to the data obtained, therefore, it is concluded to present guidelines to consolidate Corporate Social Responsibility based in relationships of trust and reciprocity of interest groups.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility, Trust, Reciprocity.

## INDICE

VEREDICTO.....	3
DEDICATORIA .....	4
DEDICATORIA .....	6
AGRADECIMIENTO .....	7
RESUMEN .....	8
INDICE.....	10
INDICE DE TABLAS .....	12
INDICE DE FIGURAS.....	13
INTRODUCCIÓN.....	14
I. FASE DE PLANIFICACIÓN .....	16
Diagnóstico Situacional.....	16
Problemas De La Investigación .....	19
ProblemaGeneral .....	19
Formulación De Objetivos.....	19
Objetivo General.....	20
Objetivos Específicos.....	20
Justificación De La Investigación.....	20
Delimitación .....	23
Revisión De La Literatura .....	23
Estudios Previos .....	23
Bases Teóricas.....	26

Operacionalización de las Variables .....	42
Cronogramade Planificación.....	43
II. FASE DE IMPLEMENTACIÓN.....	45
Diseño De La Investigación.....	45
Población y Muestra.....	45
Población.....	45
Muestra.....	46
Diseño De Instrumento De Recolección De Datos.....	46
Validación Y Confiabilidad De Instrumentos.....	47
Validación.....	47
Confiabilidad.....	48
Análisis De Datos.....	49
Integración De Resultados.....	64
Validación De Resultados.....	66
III. FASE DE PRESENTACIÓN.....	68
Conclusiones.....	68
Recomendaciones.....	70
Planteamiento De La Propuesta.....	72
REFERENCIAS.....	78
ANEXOS.....	84

**INDICE DE TABLAS**

TABLA 1 . Partes Interesadas O Stakeholders .....	40
TABLA 2. Operacionalización De Las Variables .....	42
TABLA 3. Rangos Y Magnitud.....	49
TABLA 4 Indicador: Comunicación Asertiva.....	50
TABLA 5. Indicador: Empatía .....	52
TABLA 6. Indicador: Cooperación .....	54
TABLA 7. Indicador: Responsabilidad Social Medioambiental .....	56
TABLA 8. Indicador: Responsabilidad Social Ética .....	58
TABLA 9. Indicador: Responsabilidad Filantrópica .....	60
TABLA 10. Indicador: Responsabilidad Económica .....	62

**INDICE DE FIGURAS**

FIGURA 1. Diagrama De Gantt .....	44
FIGURA 2. Indicador: Comunicación Asertiva .....	51
FIGURA 3. Indicador: Empatía.....	53
FIGURA 4. Indicador: Cooperación.....	55
FIGURA 5. Indicador: Responsabilidad Social Medioambiental.....	57
FIGURA 6. Indicador: Responsabilidad Social Ética.....	59
FIGURA 7. Indicador: Responsabilidad Filantrópica .....	61
FIGURA 8. Indicador: Responsabilidad Económica.....	63

## INTRODUCCIÓN

En el entorno empresarial contemporáneo, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha adquirido una posición sólida para el éxito sostenible de las organizaciones, asumiendo compromisos éticos para contribuir al bienestar de la sociedad implementando relaciones de confianza y reciprocidad con los diferentes grupos de interés (stakeholders) de la empresa; no obstante, se presenta como un nuevo desafío de las unidades educativas debido al compromiso que se tiene, no solo con formar buenos profesionales, sino también a personas que se involucren y contribuyan al progreso del país.

En este mismo orden de ideas es factible indicar que las relaciones de confianza y reciprocidad emergen como pilares fundamentales para la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial en las instituciones educativas, es por ello que estas relaciones no solo se establecen entre las instituciones educativas y sus partes interesadas, como socios, docentes, personal administrativo y obrero, estudiantes, padres y representantes y comunidades locales, sino también dentro de la propia estructura organizativa, siendo así que la confianza y la reciprocidad fomentan un entorno de colaboración y compromiso mutuo que es esencial para el éxito a largo plazo de las iniciativas de RSE.

Por ende, las instituciones educativas deben fomentar y poner en práctica la responsabilidad social sin descuidar sus funciones fundamentales, como la formación integral de los individuos y la generación de nuevos conocimientos que faciliten una mejor comprensión y transformación del entorno. Es crucial que sean sensibles a las necesidades de los demás, se comprometan con el progreso social e incluyan a los más vulnerables, en consecuencia, las instituciones educativas deben ser reconocidas como forjadoras de

individuos con responsabilidad social, capaces de establecer compromisos mutuos que fortalezcan la confianza en todos los grupos de interés involucrados.

De ahí partirá la presente investigación, la cual explorara las relaciones de confianza y reciprocidad que le permiten a la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo la consolidación de una RSE que involucren a todos los grupos de interés en el proceso enseñanza-aprendizaje dentro de la institución educativa, por lo cual, el área objeto de estudio tendrá como principal objetivo determinar las relaciones de confianza y reciprocidad necesarias para la consolidación de la responsabilidad social empresarial.

El estudio se realizará utilizando un enfoque cuantitativo en un contexto descriptivo de investigación de campo, la población objeto de estudio estará compuesta por todos los individuos que forman parte de la comunidad educativa de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, situada en la localidad de La Grita, en el Municipio Jáuregui del Estado Táchira.

Este trabajo de investigación se dividirá en tres fases. En la primera fase, se llevará a cabo la planificación, que incluirá el diagnóstico situacional, los problemas de investigación, el problema general, la formulación de objetivos generales y específicos, la justificación de la investigación, la delimitación, las bases teóricas, el cronograma y la operacionalización de variables. La segunda fase abarcará el diseño de la investigación, la selección de la población y la muestra, el diseño de la herramienta de recolección de datos, la validación y confiabilidad de los instrumentos, el análisis de datos, la integración y validación de resultados. La tercera fase se centrará en la presentación de conclusiones, recomendaciones, la propuesta de directrices y, por último, las referencias.

## **I. FASE DE PLANIFICACIÓN**

### **Diagnóstico Situacional**

En un mundo interconectado, la confianza y la reciprocidad son fundamentales para establecer relaciones sólidas entre empresas, clientes, comunidades y otros grupos de interés, es por ello por lo que la RSE ha ganado cada vez más importancia en la agenda empresarial, por lo cual las empresas están adoptando prácticas socialmente responsables para mejorar su reputación, responder a las demandas de los consumidores y cumplir con regulaciones gubernamentales más estrictas.

Cabe señalar que Venezuela enfrenta desafíos significativos en términos económicos y políticos, lo que puede impactar en las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE); la crisis económica, la hiperinflación y la inestabilidad política pueden dificultar la capacidad que tienen las empresas para invertir en iniciativas de RSE y mantener relaciones de confianza y reciprocidad con sus grupos de interés.

La educación en responsabilidad social es una tarea fundamental de las instituciones educativas en todos los niveles deben abordar, esto implica la formación de competencias básicas que garantizan el derecho a la educación, como lo establece la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2009), en su artículo 102, se destaca que la educación, reconocida como un derecho esencial para todos los seres humanos, es una responsabilidad primordial de la sociedad en su conjunto, además, se enfatiza que la educación debe ser democrática, gratuita y obligatoria, considerándola una tarea esencial e ineludible en todos los niveles y formas por parte del Estado, por tanto, se visualiza como un medio fundamental para el avance del conocimiento científico, humanístico y tecnológico en beneficio de la

comunidad en su totalidad. Se considera que la educación es formación útil a la sociedad, fundamentada en el respeto hacia diferentes corrientes de pensamiento, así mismo busca promover la originalidad de cada persona y facilitar el crecimiento completo de la afinidad de una sociedad diversa y democrática, se aprecia moralmente la labor consciente y solidaria en las transformaciones sociales, en armonía con los principios patrios y una visión latinoamericana y mundial. (p.22).

Este derecho pertenece a todos los individuos, por consiguiente, la institución educativa debe abordarlo en su totalidad como una comunidad educativa, esto implica asumir la responsabilidad social y promover una educación de calidad con una amplia cobertura, respaldada por programas especiales que faciliten la obtención de conocimientos significativos.

Además, es fundamental reflexionar sobre la actualidad que se vive en el país, donde la dificultades económicas y sociales impacta en la forma de enseñar y aprender, en la estructura curricular, en la convivencia, en la organización institucional, en las relaciones con el entorno y en los grupos de interés, partiendo de allí, se procedió a elaborar una entrevista a los grupos de interés que forman parte en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, ubicada en la Grita, municipio Jáuregui, del Estado Táchira, arrojando una información de los estudiantes, provenientes de diferentes estratos socioeconómicos, el cuerpo docente compuesto por profesionales calificados y comprometidos con la misión educativa del colegio, por medio del análisis de sus respuestas se pudo percibir que mantienen unas relaciones de confianza con el personal administrativo, directivo y obrero, sin embargo, algunas discrepancias se presentan por la falta de comunicación, la reciprocidad del personal se observa a un nivel variable entre los diversos departamentos, en algunas ocasiones, la colaboración entre el personal

administrativo, docente y obrero podría mejorarse para lograr objetivos comunes, por el contrario, las relaciones externas de confianza con los padres y representantes, se puede observar una confianza generalizada por parte de los padres hacia la institución educativa, no obstante, de acuerdo con la entrevista realizada al personal, se han identificado momentos puntuales de desconfianza provocados por la falta de transparencia en la comunicación en determinadas situaciones.

Así mismo, la reciprocidad con la comunidad se ve reflejada en su intervención en algunas actividades comunitarias, pero la reciprocidad con el entorno local podría ser más activa y efectiva para fortalecer los lazos y generar un impacto social más significativo, es por ello, que la deficiente comunicación en ciertos aspectos puede afectar la confianza y la reciprocidad tanto interna como externamente, la coyuntura económica y social del país puede representar un desafío para el incremento de propuestas de responsabilidad social empresarial, por las razones antes mencionadas, existen oportunidades para fortalecer las relaciones de confianza y reciprocidad mediante programas de comunicación interna, capacitación en habilidades sociales y colaboración con la comunidad para identificar y abordar las necesidades locales.

Es necesario fomentar un compromiso en los educadores sensibilizándolos socialmente, dando orientaciones para trabajar en equipo, asumiendo responsablemente la labor de enseñar en todas las magnitudes, es decir, se debe dejar claro que el fomento de los valores, no solo es responsabilidad de la institución, sino también de todos los grupos de interés, por ello, desde las responsabilidades que esto implica se emprende este estudio, el cual busca dar lineamientos a los stakeholders que interactúan, para que de esta forma precisen sus responsabilidades y trabajen en pro de consolidar mejores personas productivas a la sociedad.

Cabe destacar, que la principal función con la presente investigación es pretender generar lineamientos para consolidar la Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, para fortalecer las relaciones de confianza y reciprocidad en el seno de la institución como fuera de ella, con el fin de generar un impacto social positivo y sostenible, dejando de lado el desinterés general que se puede ver en algunos actores que forman parte del estudio en cuestión. Lo señalado anteriormente, permite a las autoras formular el problema y los problemas específicos por medio de las siguientes interrogantes:

### **Problemas De La Investigación**

#### **Problema General**

¿Cómo deben ser las relaciones de confianza y reciprocidad necesarias para la consolidación de la responsabilidad social empresarial de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo?

#### **Problemas Específicos**

1. ¿Cómo es el nivel de confianza de reciprocidad entre los grupos de interés de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo?
2. ¿Cuáles son las acciones de Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo?
3. ¿Cómo deben ser los lineamientos para consolidar la Responsabilidad Social Empresarial basados en las relaciones de confianza y reciprocidad de los grupos de interés en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo?

### **Formulación De Objetivos.**

**Objetivo General.**

Determinar las relaciones de confianza y reciprocidad necesarias para la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

**Objetivos Específicos.**

1. Diagnosticar el nivel de confianza y reciprocidad entre los grupos de interés en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.
2. Identificar los tipos de Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.
3. Generar lineamientos para consolidar la Responsabilidad Social Empresarial basados en las relaciones de confianza y reciprocidad de los grupos de interés en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

**Justificación De La Investigación.**

La unidad educativa Colegio Santo Cristo tiene la responsabilidad social de formar actitudes y conductas en su grupo de interés respecto al entorno en el cual desarrollan sus actividades, es por ello por lo que su difusión y promoción son fundamentales en el entorno empresarial, donde desempeña un papel crucial como actor, reproductor y difusor de valores, siendo el entorno ideal para fomentar la transformación deseada.

Las diversas actitudes y percepciones de los diferentes grupos de interés (stakeholders), tienen una influencia de gran magnitud en la sociedad en el que se desenvuelven, ya que la educación no solo cumple una función fundamental, sino que además resulta ser un pilar indispensable en el progreso y bienestar de la sociedad en su conjunto, por consiguiente, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en el área educativa trasciende la

simple y llana transmisión de saberes y competencias académicas, es por ello que es fundamental considerar en todo momento la envergadura de ofrecer una educación integral a los estudiantes, que abarque no solo aspectos académicos, sino también valores éticos y habilidades sociales, asimismo, es crucial evaluar el impacto que la institución educativa tiene en la comunidad que la rodea, ya que esta interacción puede ser beneficiosa tanto para los estudiantes como para los residentes del entorno, es crucial e imprescindible comprender a cabalidad y fortalecer de manera constante las relaciones interpersonales basadas en la confianza mutua y la reciprocidad en el ámbito educativo, con el objeto de fomentar y consolidar una cultura de responsabilidad social que redunde en beneficios tangibles y duraderos para todas las partes implicadas en este proceso de enseñanza-aprendizaje.

Es por ello, que la responsabilidad social adquiere un nuevo significado al ser un pilar fundamental para el progreso de las sociedades modernas, las cuales se enfrentan a una rápida pérdida de valores que afecta a los estudiantes, ante esta situación, es crucial desarrollar una investigación que subraye la distinción entre la responsabilidad social en el área educativa y la responsabilidad social empresarial, esta debe estar relacionada con conceptos de pertinencia, relevancia y por ende de calidad con valor público, promoviendo la equidad social para avanzar hacia una sociedad más progresista, una educación pertinente y socialmente responsable contribuya al entendimiento para dar solución a los desafíos y requerimientos sociales, dentro de sus posibilidades y alcance.

Es fundamental destacar que la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo juega un papel sumamente importante en la comunidad y la sociedad en la que ofrecen su servicio, por consiguiente, se lleva a cabo un exhaustivo análisis y evaluación del contenido educativo impartido en las aulas, considerando su impacto en los estudiantes, progenitores, tutores y

demás partes interesadas, con la intención de que la conducta adecuada en el centro educativo se vea reflejada en el entorno comunitario, y los profesores tienen la responsabilidad primordial de garantizar que las lecciones ofrecidas sean socialmente relevantes y se adecuen al contexto del salón de clases.

Lo antes expuesto, permitió a las autoras obtener un diagnóstico final que enrumba hacia un aporte significativo como proponer lineamientos, beneficiando en el aspecto científico, social, institucional, administrativo y práctico, donde el beneficio científico se centrará en la adquisición y organización de conocimientos sobre todo lo referente a las relaciones de confianza y reciprocidad.

En términos de beneficio social e impacto positivo en la comunidad, se destaca el notable incremento de la responsabilidad social al enfocarse de manera prioritaria en el respeto absoluto por la dignidad humana, promoviendo activamente el derecho inalienable de todas las personas a ser tratadas con equidad y justicia, sin distinción ni discriminación de ningún tipo, cumpliendo de forma íntegra con los deberes éticos, asumiendo con compromiso y diligencia las responsabilidades asignadas por la institución en cuestión. A lo que refiere al beneficio institucional, todos los stakeholders tendrán sentido de pertenencia con la unidad Educativa Colegio Santo Cristo, realizando la imagen institucional en todo momento.

En el ámbito del beneficio administrativo, los individuos involucrados tendrán la posibilidad de organizar, dirigir y supervisar de manera integral todos los aspectos del proceso de enseñanza-aprendizaje, siempre con el propósito de asegurar la tranquilidad, la seguridad, el bienestar de los estudiantes y demás grupos relacionados, promoviendo un entorno colaborativo que favorece el intercambio de ideas, la participación activa y la colaboración en equipo.

## **Delimitación**

Esta investigación se enfocará en analizar las relaciones de confianza y reciprocidad entre la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo y sus stakeholders.

### **Delimitación Temporal:**

La investigación se realizará en un lapso concreto, abarcando desde marzo hasta junio de 2024, esta duración permitirá un análisis actualizado y pertinente sobre las relaciones de confianza y reciprocidad en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

### **Delimitación Geográfica:**

El estudio se enfocará únicamente en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, situada en La Grita, Municipio Jáuregui, Edo. Táchira. Esta delimitación geográfica facilitará un análisis detallado y específico de las relaciones de confianza y reciprocidad dentro de esta institución educativa en concreto, excluyendo otras instituciones o contextos geográficos.

## **Revisión De La Literatura**

### **Estudios Previos**

Se destaca un total de tres investigaciones sobresalientes y relevantes relacionadas directamente con el tema de estudio que estamos abordando en este momento:

La primera de las investigaciones relevantes en este campo es la realizada por Ramírez, et al. (2023), cuyo título es "Responsabilidad social en el ejercicio docente", en este estudio se examinan detalladamente los aspectos éticos inherentes al ejercicio de la docencia, desde una óptica de responsabilidad social con un enfoque ético, por medio de una exhaustiva metodología documental y una minuciosa revisión sistemática, se llegó a la conclusión de que los profesores tienen la responsabilidad no solo de participar activamente en la formación y

transmisión de valores cívicos y éticos, sino también de promover la interacción entre la escuela, la comunidad y el entorno circundante, se subraya la utilidad de fomentar una visión de la institución educativa como un espacio inclusivo y enriquecido por la integración de diversos grupos vulnerables, se promueve activamente la educación para el desarrollo sostenible, con el loable propósito de trascender las limitaciones existentes entre el ámbito escolar y la comunidad, con el fin de gestar un entorno equitativo, diversificado y perdurable en el tiempo.

De acuerdo con lo previamente mencionado, se puede afirmar que el análisis está estrechamente vinculado con la investigación en curso, dado que la responsabilidad social educativa es un tema de gran relevancia en la vida social de los individuos; por consiguiente, resulta de vital importancia que los profesores tengan un entendimiento cabal de su rol para desempeñarse de manera ética como promotores de la responsabilidad social.

Otra contribución valiosa proviene de los autores Severino et al. (2022), en su investigación llamada "Responsabilidad social y políticas educativas", esta investigación busca indagar en la percepción de los docentes sobre la responsabilidad social y su impacto en las instituciones, trata de un estudio exploratorio que busca comprender la percepción de los facilitadores de los diversos niveles educativos en una comuna de Chile, para lo cual, utilizó un instrumento tipo Likert con una muestra no probabilística de 166 docentes divididos en tres grupos, los resultados obtenidos confirmaron que los docentes consideran fundamental la enseñanza de valores basados en la responsabilidad social, destacando conceptos como la dignidad de las personas, la libertad, los principios y valores, esto resalta la gran importancia que los docentes atribuyen a la formación en valores, que constituye una parte esencial de la educación.

El estudio mencionado guarda una estrecha relación con la investigación actual, pues el avance social está directamente ligado a las habilidades éticas personales, las cuales son inculcadas por la familia desde temprana edad y reforzadas por las instituciones educativas.

Además de lo previamente mencionado, García et al. (2024) realizaron un análisis exhaustivo en su artículo titulado “Responsabilidad Social Universitaria en América Latina: una revisión sistemática”, en dicho estudio, se abordó detalladamente el proceso de implementación de la Responsabilidad Social Universitaria en la región latinoamericana. Para la realización de la misma, se efectuó una revisión sistemática siguiendo la metodología PRISMA; cabe destacar que la información utilizada fue recopilada por medio de diversas fuentes académicas de renombre como Scopus, Scielo, EBSCO y Web of Science. Se seleccionaron un total de 20 artículos, de los cuales el 70% están estrechamente relacionados con la gestión de la Responsabilidad Social Universitaria (RSU), mientras el 30% restante comprende la implementación de la misma, este análisis revela que en la región de América Latina, la gestión como la implementación de la RSU se encuentran en una fase incipiente, hasta el momento, no se ha consolidado como un sistema integral de gestión universitaria, además, es importante destacar la ausencia de políticas. públicas que promuevan la responsabilidad social en el ámbito de la educación superior, dichas políticas suelen caracterizarse por un enfoque asistencialista y reduccionista, con escaso respaldo y difusión en la comunidad académica.

Todas estas valiosas contribuciones comparten una idea común detrás de ellas, ya que todas consideran a las instituciones educativas como entidades socialmente responsables al participar de manera activa en acciones significativas y sostenibles para la sociedad, por consiguiente, la conciencia sobre la responsabilidad hacia el bienestar social resalta la necesidad

de establecer y fortalecer relaciones de confianza y reciprocidad para garantizar una mayor responsabilidad social, aspecto fundamental para cualquier tipo de organización educativa comprometida con su entorno.

### **Bases Teóricas**

#### **Confianza.**

Según Abarca (2004) citado por Filippone, G. (2016), la confianza puede ser vista como una inversión en el presente, proyectada hacia el futuro y se forma partiendo de experiencias previas, es fundamental comprender la importancia de la confianza y cómo promoverla, ya que sienta las bases para la Responsabilidad Social Empresarial en cualquier entorno laboral. (párr.3), en otras palabras, las organizaciones o instituciones parecen más fiables cuando las partes interesadas están convencidas de que comprenden sus expectativas y se comprometen con el crecimiento y el bienestar de toda la institución.

Por consiguiente se puede indicar que la confianza tiene sus sólidas bases en la responsabilidad de nuestras actitudes, comportamientos, los cuales se reflejan de manera clara en nuestro accionar diario, son percibidos por otros como acertados y coherentes, lo que contribuye significativamente a promover y fortalecer la confianza en las relaciones interpersonales y profesionales, asimismo, es crucial recordar y tener presente que la Responsabilidad Social Empresarial trasciende de ser simplemente una imagen superficial o una estrategia de marketing; es, en realidad, un proceso continuo y constructivo que se orienta hacia la generación y consolidación de la confianza mutua entre la empresa, sus colaboradores, clientes y la comunidad.

Por consiguiente, la confianza se manifiesta mediante acciones concretas y tangibles, lo cual implica que existen individuos que depositan confianza y otros que son receptores de ella, este principio se extiende tanto a nivel personal como grupal en su totalidad, es por esta razón que la confianza entre los individuos se cimienta en las acciones que realizan y en la calidad de sus interacciones mutuas.

Así mismo, Coleman (1990), define la confianza como un estado en el cual se esperan resultados positivos de las intenciones de otros en situaciones que implican cierto riesgo personal, al principio, la persona confía en sí misma como entidad natural y, luego, desarrolla la confianza en su ser psicológico, dicha autoconfianza le permite después confiar en otras personas, por lo que la confianza surge de la competencia innata de los seres vivos, especialmente de los seres humanos, de ser conscientes no solo de sus emociones, sino también de su capacidad para experimentarlas, lo que contribuye al crecimiento de la confianza. (p.36).

Manteniendo la misma línea, la confianza ha ganado mayor relevancia como un valor social y una fuerza dinámica, así como un tema de estudio, su importancia se reconoce en la integración social, la convivencia, el desarrollo humano, la democratización social y política, y en la consolidación de las organizaciones, se resalta su contribución a la mejora de los procesos educativos, (Peña et al., 2018), destaca que la confianza, como componente de la responsabilidad social en una institución educativa, se posiciona como un factor fundamental en el bienestar y avance conjunto de las personas, siendo vital para el beneficio global de la comunidad educativa sólida, comprometida y en constante evolución. (p.41).

Según Selles (2020), "En última instancia, confiar en los demás implica riesgos, pero estos son inherentes a la condición humana. Ignorarlos sería negar nuestra propia naturaleza". (p.385); si no se promueve la confianza en las instituciones intermedias, donde las personas han

interactuado durante mucho tiempo, la relación social puede volverse frágil e incluso desaparecer, ya que nadie confía en los demás.

### **La Confianza Como Factor Clave Para la Convivencia Escolar.**

Según Fierro et al. (2013), la definen como el entramado de interacciones entre los diversos agentes que forman parte activa de la dinámica diaria de las instituciones educativas, las cuales representan un componente fundamental de la vivencia educativa, siempre y cuando sea fortalecida por la cooperación de todos los integrantes involucrados. (p.106).

Para Conejeros (2012), la ausencia de confianza y credibilidad en el entorno educativo impacta de manera significativa en la calidad de la convivencia dentro de las instituciones escolares, a pesar de que se fomenta la expresión de opiniones y puntos de vista en el ámbito escolar, lamentablemente, estas contribuciones no son tomadas en cuenta de manera efectiva en el proceso de toma de decisiones definitivas. (p.297), por consiguiente, este factor es crucial en los desafíos que enfrentan las escuelas y centros educativos, ya que requiere una coordinación eficiente entre sus elementos y una interdependencia entre los diferentes involucrados (director, docentes, alumnos y familia), todo ello relacionado con la información y su gestión correspondiente.

Por ende, la confianza se reconoce como un factor crucial en la responsabilidad social empresarial dentro de un centro educativo, desempeñando un rol fundamental en el bienestar y desarrollo colectivo en el área educacional para fomentar el avance social y la prosperidad general. Asimismo, la confianza en esta entidad está vinculada con los individuos presentes en los entornos educativos, lo que sugiere que una institución de enseñanza no podría subsistir si no hubiera reciprocidad en la confianza y un compromiso constante por parte de los involucrados.

Según Hargreaves (2007), la confianza se presenta como un elemento esencial en una comunidad educativa, ya que aquellas instituciones escolares que se sustentan en la confianza suelen promover la colaboración entre sus miembros, sorprendiendo de manera positiva en el desenvolvimiento académico de los estudiantes y en el desarrollo de la institución educativa. (p.51).

### **Comunicación Asertiva.**

Según Guzmán (2012), la interacción se fundamenta en el traspaso equilibrado de información y en la aceptación mutua, lo que genera armonía en el vínculo entre el educador y el estudiante. Dentro de este contexto, la asertividad, surge como un método para abordar diversas situaciones, donde la comunicación asertiva implica el respeto por los derechos de los otros y la conciencia de los propios. (p.12). Por ende, este enfoque destaca cualidades como la confianza en sí mismo, la tolerancia por las opiniones de los demás, la escucha activa, la aceptación incondicional, el autoconocimiento y la selección cuidadosa de relaciones interpersonales.

En este mismo contexto Elionzo (1999), señala que la comunicación asertiva implica la competencia de expresar pensamientos, sentimientos y percepciones, así como de decidir cómo reaccionar y defender los derechos propios cuando es necesario, de igual manera, este enfoque tiene la meta de reforzar la autoestima y promover la confianza en sí mismo para poder expresar puntos de vista divergentes o concordantes en contextos significativos, así como también pedir a otros que corrijan conductas inadecuadas. (p.17). De igual modo, Díaz (2005), señala que el docente desempeña una función esencial al fomentar la reflexión y favorecer transformaciones, incentivando a los alumnos a investigar de forma activa, brindando experiencias enriquecedoras, promoviendo discusiones y análisis, incentivando la creación de hipótesis, planificando desafíos

y soluciones, y dinamizando la cultura en un ambiente donde los estudiantes reflexionan, crean, transforman, organizan y estructuran conocimientos de forma personal y dinámica.

Aunado a ello Jaramillo & Salguero (2017), la comunicación asertiva requiere tomar en consideración que nuestras experiencias y perspectivas influyen en nuestras interpretaciones, opiniones y consejos, es crucial entender que un mismo suceso puede ser interpretado de maneras diferentes, resultando en acciones diversas. (párr.1).

### **La Empatía.**

Para Bassi (2016), la empatía activa y consciente potencia de manera significativa la aptitud de sentir, comprender y actuar de forma empática, desempeñando un papel primordial y fundamental en la generación y creación de nuevas ideas innovadoras y en la reorganización de la realidad circundante, al permitir comprender y analizar los desafíos y problemáticas actuales desde diversas perspectivas y enfoques, nos brinda la oportunidad de colaborar de manera efectiva y conjunta para encontrar soluciones integrales y sostenibles a dichos retos. (p.15).

Por esa razón, la institución educativa se convierte en uno de los principios primordiales en el progreso de la persona, el fortalecimiento del saber es un propósito vital, y también es crucial dedicar un espacio en el aula de clases para identificar y comunicar emociones, esta iniciativa fomenta el crecimiento de estudiantes empáticos y solidarios, preocupados por el bienestar de los demás.

En este mismo sentido Hernández et al. (2017), señala la empatía, como aspecto intrínseco de la condición humana, desempeña un papel fundamental en el crecimiento infantil, al fomentar esta cualidad, los estudiantes adquieren la habilidad de identificar las necesidades tanto físicas como emocionales de sus compañeros, lo que contribuye a mantener un ambiente escolar caracterizado por la comprensión, la colaboración y el compañerismo, es por ello que el

rol del docente se convierte en el guía que dirige a los estudiantes hacia la comprensión, la reflexión y la aprobación de las circunstancias de los demás. (p.7).

Según lo manifestado por Huegun (2009), mediante la empatía, el docente crea un ambiente acogedor, seguro y protector, en el que la persona escuchada se siente motivada a explorar, identificar y expresar distintos aspectos de su mundo interior o emociones (p.66). Así mismo, es evidente que en el área educativa existe el desafío de educar a individuos de forma integral, no obstante, en el presente, este objetivo podría verse obstaculizado por la falta de empatía entre los educadores y los estudiantes, en los tiempos actuales, se puede afirmar que los docentes más destacados son aquellos que son sensibles y se comprometen con sus alumnos, ya que esto es fundamental para el desarrollo de los jóvenes.

Por consiguiente, para Guzmán (2018), es importante resaltar la relevancia del papel desempeñado por el cuerpo docente en el área educativa, así como la imperiosa necesidad de valorar y reconocer su ardua labor con el propósito de fomentar una interacción positiva fundamentada en el aprendizaje y la empatía, por ende, resulta fundamental y de suma importancia facilitar los recursos necesarios y pertinentes para optimizar y fortalecer la comunicación de manera efectiva y eficiente. (p.2).

Así mismo, para Sáenz (2017), “es crucial destacar que la empatía desempeña un papel fundamental en fomentar y fortalecer valores universales esenciales, así como conductas pro-sociales de colaboración y una convivencia escolar pacífica en líneas generales”. (p.18), por consiguiente, impartir conocimientos con compasión e integrarla de manera efectiva en el sistema educativo conlleva un impacto positivo y un progreso significativo para la comunidad en su conjunto, fomentando la formación de individuos con la habilidad de comprender, identificar y acoger las emociones de sus semejantes, para ello es crucial destacar la importancia

fundamental de promover y fortalecer una comunicación dinámica, interactiva y enriquecedora entre los diversos individuos que participan activamente en este contexto específico.

Continuando con la misma línea de ideas Muñoz & Chaves (2013), señala que la empatía, esencial en el campo de las interacciones entre personas, ha sido interpretada de diversas formas para fomentar actitudes de cooperación y una convivencia armoniosa. Se resalta la importancia de entender la perspectiva del prójimo para sobresalir como modelos a seguir en la sociedad. (p.124), de esta forma se puede argumentar que la empatía es una característica fundamental que diferencia a cada persona y favorece el desarrollo personal al entender los sufrimientos, las alegrías, las inquietudes o las emociones de los demás. Además, la empatía nos posibilita establecer vínculos más profundos con nuestro entorno y forjar relaciones más valiosas y gratificantes.

### **Reciprocidad.**

En su estudio titulado "Principios de la Responsabilidad" Chistianser (2023), define la reciprocidad como la obligación social de devolver un comportamiento, regalo o servicio similar al que se ha recibido. Se destaca que esta norma de dar y recibir está arraigada en diversas culturas y se considera fundamental para construir y mantener relaciones sociales en todo el mundo. La palabra "reciprocidad" tiene su origen en el latín "reciprocare", que implica un movimiento de ida y vuelta. En otras palabras, cuando algo es recíproco, ambas partes ofrecen y reciben de manera equivalente, lo que refleja una ayuda mutua entre ellas. (párr.1-3).

En relación de las interacciones entre individuos, la reciprocidad se erige como un pilar esencial en el proceso social, al igual que en el ámbito de las relaciones a nivel global, esto implica el valor de demostrar cortesía hacia aquellos que nos tratan con amabilidad respondiendo

con el mismo grado de respeto que hemos recibido de un individuo o incluso de la colectividad en su conjunto.

### **Cooperación:**

Según Ostrom (2003), “la cooperación, tal y como sugieren diferentes estudios, guarda una estrecha relación con la reciprocidad, la reputación y la confianza” (p.9). Estos valores forman la base de la cooperación, ya que, al actuar de manera recíproca ayuda a construir y fortalecer la reputación individual o colectiva, dicha reputación permite crear expectativas razonables sobre la confiabilidad de las personas o grupos con los que estamos relacionados, lo que a su vez facilita la realización de proyectos conjuntos y de esta manera garantizar el éxito a través de la cooperación.

Siguiendo en el mismo orden de ideas el autor Calvo (2020), señala que la colaboración entre individuos y grupos se origina y se consolida a través de la reciprocidad, un comportamiento diverso y multifacético que se distingue por su sólida base comunicativa y afectiva, con una dimensión ética y emocional de gran relevancia que resulta fundamental para su establecimiento, desarrollo y perdurabilidad (p.78).

Por esta razón Cortina (2010), indica que “las personas tienen una predisposición biológica para colaborar y cuidar a otros, además de mostrar empatía y actuar de forma justa, incluso si implica sacrificarse” (p.149).

### **Responsabilidad Social**

Cajiga (2009), afirma que, aunque la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) es indispensable para todas las empresas, en la actualidad se ha convertido en un nuevo enfoque de gestión y operaciones comerciales. En este enfoque, la empresa se compromete a garantizar la sostenibilidad de sus actividades en términos económicos, sociales y ambientales, teniendo

en cuenta los intereses de todas las partes implicadas y preservando el medio ambiente para las generaciones futuras. Esta visión empresarial incorpora el respeto por las personas, los valores éticos, la comunidad y el entorno ambiental en la gestión de la empresa, sin importar los productos o servicios que ofrezca, su sector, tamaño o nacionalidad (p.2).

Sin embargo, la responsabilidad de generar beneficios no es la única función de la responsabilidad social empresarial, ya que, según Vallaeyset al. (2018), la magnitud de la Responsabilidad Social Empresarial abarca tres aspectos principales; en primer lugar, implica que la empresa mantenga normas éticas para elevar la calidad de vida humana de forma sostenible; en segundo lugar, se refiere a la responsabilidad de la empresa de minimizar cualquier efecto secundario o impacto negativo en el medio ambiente y la comunidad circundante; en tercer lugar, se fomenta la participación de cada stakeholders en el proceso (párr. 22).

Por consiguiente, otras corrientes de pensamiento, tal como señalan Antelo & Alfonso (2015), sostienen que la responsabilidad social empresarial trasciende la mera ejecución de acciones; implica un compromiso que se asume y se fomenta con el propósito de mejorar tanto el entorno ambiental como la sociedad en su conjunto, por ende este propósito se alcanza a través de la adopción de un comportamiento ético, es por ello que desde esta perspectiva, la responsabilidad social no se limita al cumplimiento de las normativas legales, sino que también conlleva asignar recursos económicos, humanos y tecnológicos para ser empleados en beneficio de la interacción social con diversos grupos de interés y con la sociedad en la que la empresa opera (párr. 1).

Según Espitia (2015), cumplir con la responsabilidad no es una tendencia temporal, sino un reflejo de la ética empresarial de la compañía que impacta de manera indirecta en la calidad

de vida y el entorno ambiental de los empleados y sus familias. (p.75-84), en este orden de ideas Vallaeys et al. (2018), resalta que la responsabilidad social no debe limitarse a la filantropía o la contribución social, ya que va más allá de simples obras de caridad o asistencia a personas necesitadas mediante donaciones. (párr.1).

Verduzco (2006), describe la Responsabilidad Social Empresarial como la capacidad de una empresa para escuchar, participar, comprender y responder a las legítimas expectativas de los diversos actores que impactan en su desarrollo, además, implica alinear sus acciones de forma que satisfagan las necesidades y expectativas de sus miembros y otros grupos interesados que se benefician de sus actividades, además de fomentar el cuidado y la protección del medio ambiente (p.4).

### **Tipos De Responsabilidad Social.**

Santaella, (2023), menciona cuatro categorías de Responsabilidad Social Empresarial:

**Responsabilidad social medioambiental:** La responsabilidad ambiental corporativa se refiere a la manera en que las empresas reconocen su responsabilidad en la preservación del entorno natural. Aquellas compañías que adoptan esta responsabilidad se comprometen a que sus operaciones, productos y servicios no afecten el ambiente, así como a promover la sostenibilidad y la conservación de los recursos naturales.

**Responsabilidad social ética:** La responsabilidad social ética hace referencia a la manera en que las compañías asumen su función en la promoción de la ética laboral. Las empresas con este tipo de responsabilidad se comprometen a operar de manera ética y transparente en todas sus operaciones, fomentando una cultura de respeto, tolerancia y combatiendo la corrupción.

**Responsabilidad filantrópica:** Este enfoque se enfoca en el bienestar de las personas menos favorecidas o necesitadas que requieren asistencia para sobrevivir en nuestra sociedad. En la actualidad, se espera que las compañías aporten a las comunidades en las que operan y respalden iniciativas alineadas con su propósito organizacional. Las empresas cumplen con su responsabilidad social colaborando mediante donaciones de tiempo, recursos o dinero a organizaciones benéficas locales o internacionales.

**Responsabilidad económica:** la responsabilidad financiera implica la toma de decisiones económicas que prioricen el bienestar sobre la obtención de mayores ganancias. Este ámbito, que se encuentra interrelacionado, se enfoca en alcanzar un equilibrio entre las prácticas empresariales, medioambientales y filantrópicas. Asimismo, la responsabilidad financiera se guía por los estándares éticos y morales previamente establecidos. (p.1).

Navarro (2018), citado por Cansino, C. y Morales, M. (2008), señala que: “mientras la empresa es un agente generador de riqueza para los accionistas, los individuos deberían ser los encargados de generar actos socialmente responsables” (p.17), dicho enfoque global aborda la conexión entre diversas necesidades y valores entrelazados, en otras palabras, las interacciones de las personas y comunidades influyen en un nivel de responsabilidad social en el que se pueden abordar y unir la generación con la distribución de valores entre colaboradores y grupos de interés. Esto implica considerar no solo las condiciones del mercado, sino también promover la equidad y la justicia, lo que permite a la empresa mantenerse activa y sostenible.

Según Cajiga (2009) hace referencia que la responsabilidad "integral" implica analizar y definir el alcance de la organización en función de las diversas necesidades, expectativas y valores de las personas y sociedades con las que interactúa, permitiendo así comprender y clasificar sus niveles de responsabilidad.

En su **dimensión económica interna**, Su deber consiste en la creación y reparto del valor añadido entre los empleados y accionistas, teniendo en cuenta no solo las circunstancias del mercado, sino también la equidad y justicia. Se espera que la compañía genere ganancias y se mantenga próspera y sostenible en el tiempo.

En su **dimensión económica externa**, Involucra la creación y comercialización de productos y servicios beneficiosos y rentables para la sociedad, así como su contribución al bien común a través del pago de impuestos. Además, la compañía debe jugar un papel activo en la elaboración e implementación de los planes económicos de su área local y nacional.

En su **dimensión social interna**, Significa que todos los inversionistas, directivos, colaboradores y proveedores comparten la responsabilidad de cuidar y promover la calidad de vida en el trabajo, así como el desarrollo completo y satisfactorio de todos los involucrados.

En su **dimensión sociocultural y política externa**, La participación en acciones y proyectos colectivos cuidadosamente seleccionados impulsa la creación de un entorno propicio para el crecimiento empresarial y el desarrollo comunitario, generando condiciones favorables para la prosperidad de los negocios.

En su **dimensión ecológica interna**, Significa asumir la total responsabilidad de las consecuencias que generan sus operaciones, productos y residuos al ambiente, incluyendo la necesidad de prevenir y, si es el caso intervenir para corregir los daños ecológicos que puedan causar.

En su **dimensión ecológica externa**, Lleva a cabo una variedad de acciones específicas con el objetivo de preservar y mejorar el valioso patrimonio ecológico común en beneficio tanto de la humanidad actual como de las generaciones venideras.

La evaluación de cada aspecto conduce a la elaboración de estrategias de acción personalizadas, permitiendo a cada empresa actuar de acuerdo con su entorno particular, esto implica asumir la responsabilidad y los costos de llevar a cabo proyectos completos de forma individual o colaborativa con otros actores o sectores que compartan objetivos similares (p.5).

### **Los Grupos de Interés (Stakeholders).**

Los grupos de interés, también denominados stakeholders, se desarrollan en varios grupos que pueden identificarse en varias relaciones de grupos, donde determina donde existen algunos grupos más comunes como serían, los trabajadores, los clientes, los accionistas, los proveedores, la sociedad, las instituciones, los reguladores oficiales y los directivos como también los medios de comunicación entre ellos social, según Freeman et al. (2004), señala que “los grupos de interés se consideran elementos integrales del sistema empresarial, la identificación de los stakeholders en las diversas interacciones de una empresa puede variar según las particularidades de su entorno y el momento en que se realice la observación para reconocerlos” (p.20).

Además, Cajiga (2009), ha referido siete grupos de interés básicos, que a su vez podemos clasificar en otros tres grupos de interés:

Los stakeholders clave son aquellos cuya participación resulta fundamental para el funcionamiento de la empresa, como los inversores y socios, gracias a su aporte financiero.

Por ende, los grupos de interés contractuales son aquellos con los que la empresa mantiene algún tipo de acuerdo formal, como proveedores, clientes y empleados, debido a sus relaciones comerciales o laborales.

Los diversos grupos de interés contextuales desempeñan un papel sumamente relevante en la obtención y consolidación de la veracidad necesaria para las empresas, y además en la

aceptación de sus actividades (obtención de la licencia para operar); estos grupos pueden ser sumamente diversos y variados, incluyendo autoridades gubernamentales y legislativas debido al complejo entorno legal y regulatorio en el que se desenvuelven, organizaciones sociales y comunidades donde opera la empresa, las cuales son fundamentales para su reputación y credibilidad moral, competidores en función del mercado en el que compiten, y el medio ambiente en relación a la sostenibilidad de los recursos actuales y futuros que se ven afectados por las operaciones de la empresa.

Aunado a ello, Viñarás et al. (2021), señala que los diversos grupos de interés abarcan una amplia selección de protagonistas, que incluyen: los accionistas, quienes son aquellos miembros que contribuyen con el capital a la organización; los empleados, quienes aportan su fuerza laboral; los clientes, que son las personas que consumen y adquieren los servicios o productos ofrecidos; las comunidades locales; la administración pública; las organizaciones no gubernamentales; y los proveedores, que son las personas responsables de suministrar insumos primarios.

Siguiendo en la misma línea, Ayala del Pino (2021), detalla en la tabla 1 la siguiente clasificación de grupos de interés, no olvidando su estrecha relación con la Responsabilidad Social Empresarial.

**Tabla 1***Partes interesadas o Stakeholders*

<b>Tipología</b>	<b>Definición</b>	<b>Componentes</b>	
Partes interesadas: primarios y secundarios	Primarios	Aquellos que tienen unos derechos directos y legalmente reconocidos. Estrecha relación con el negocio	Empleados/trabajadores Propietarios o accionistas Clientes, Consumidores Proveedores
	Secundarios	Derechos no previstos por la Ley. No participan directamente en la empresa, pero generan un impacto en la misma. Aquellos que están dentro de la estructura de la organización	Competidores Agentes sociales Administraciones Comunidad Local. Sociedad Medio Ambiente
Partes interesadas: internos y externos	Internos	Aquellos que están dentro de la estructura de la organización	Empleados Accionistas, propietarios
	Externos	No forman parte de la estructura interna de la empresa. Tienen una relación indirecta.	Clientes Proveedores Competidores Agentes sociales Administraciones publicas Comunidad local
	Inevitable	Aquellas relaciones ineludibles	Accionistas Empleados Clientes Proveedores Competidores Reguladores Sindicatos
	Necesarios		

Grupo inevitable, necesarios o deseable		Relaciones convenientes para una eficiente gestión	Comunidades locales Medio ambiente Organismos públicos Asociaciones empresariales Proveedores de formación
	Deseable	Vínculos que espera la organización se lleguen a fortalecer por un beneficio mutuo.	Grupos influyentes Parientes de los trabajadores Asociaciones culturales y deportivas Fundaciones o proyectos cívicos

---

Nota: Se describen las partes interesadas en una organización.

Fuente: Información obtenida de Ayala del Pino (2021).

El diálogo entre la empresa y sus partes interesadas es estratégico, ya que las relaciones entre las empresas y estos grupos no son uniformes ni deberían serlo, por consiguiente, resulta sumamente beneficioso elaborar un detallado mapa de las diversas partes interesadas que interactúan con la empresa, con el propósito de analizar minuciosamente su grado de relevancia e influencia en las operaciones y decisiones organizacionales.

## Operacionalización de las Variables

**Objetivo General:** Determinar las relaciones de confianza y reciprocidad necesarias para la consolidación de la responsabilidad social empresarial de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

**Tabla 2**

### *Operacionalización de las Variables*

OBJETIVOS ESPECIFICOS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Diagnosticar el nivel de confianza y reciprocidad entre los grupos de interés de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.	Confianza y Reciprocidad	Nivel de confianza y reciprocidad	– Comunicación asertiva.	1, 2
			– Empatía.	3, 4
			– Cooperación.	5, 6
Identificar los tipos de responsabilidad social empresarial de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.	Responsabilidad Social Empresarial	Tipos de Responsabilidad Social Empresarial	– Responsabilidad social medioambiental.	7, 8
			– Responsabilidad social ética.	9, 10
			– Responsabilidad filantrópica.	11, 12
			– Responsabilidad social económica.	13, 14

Generar lineamientos para consolidar la responsabilidad social basados en las relaciones de confianza y reciprocidad de los grupos de interés de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

Nota. Cuadro de variables, en el mismo se presentan el objetivo general, los objetivos específicos, las variables, las dimensiones e indicadores.

Fuente: Elaboración propia (2024).

### **Cronograma de Planificación**

El cronograma detallado de planificación elaborado en el marco de la investigación se basó en el Diagrama de Gantt, el cual es una herramienta esencial que posibilita la visualización detallada de las diversas actividades a llevar a cabo en el contexto del estudio de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo. Este cronograma abarca desde el mes de marzo del año 2024, marcando el inicio de las labores, hasta el mes de junio del mismo año, señalando la culminación de las mismas, en este diagrama se pueden apreciar con claridad las tareas a desarrollar, lo que facilita una planificación y organización más estructurada y eficiente

**Figura 1**

*Diagrama de Gantt*

ACTIVIDADES	TIEMPO															
	MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO			
	SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS				SEMANAS			
VISITA A LA UNIDAD EDUCATIVA COLEGIO SANTO CRISTO	█															
DESARROLLO DE LA FASE DE PLANIFICACION	█															
ENTREGA FASE PLANIFICACION		█														
DEFENSA DE LA FASE DE PLANIFICACION			█													
DESARROLLO DE LA FASE DE IMPLEMENTACION				█	█	█										
ENTREGA FASE DE IMPLEMENTACION							█									
DESARROLLO DE LA FASE DE PRESENTACION								█	█							
ENTREGA FASE DE PRESENTACION										█						
DEFENSA FINAL FASES Y PRESENTACION													█			

Fuente: Elaboración propia (2024).

## **II. FASE DE IMPLEMENTACIÓN.**

### **Diseño De La Investigación.**

El diseño de investigación permite recopilar y examinar datos de manera que puedan fusionarse para lograr conclusiones significativas en los diversos enfoques de la investigación propuesta, en opinión de Hernández et al. (1991), “se refiere al plan o estrategia concebida para responder a las preguntas de investigación” (p.100). En este orden de ideas, el diseño del estudio es de tipo no experimental, Hernández et al. (1991), acotan que la investigación no experimental se define como “aquella que se lleva a cabo sin la manipulación deliberada de variables, en otras palabras, se trata de un tipo de investigación en la que no se modifican intencionadamente las variables independientes” (p.245), es por ello que en la investigación no experimental, el enfoque se centra en observar los fenómenos tal como se presentan en su entorno natural, para posteriormente analizarlos.

En este propósito, las autoras describieron la variable tal como se presentó, y tomo la información arrojada por el fenómeno en estudio. Cabe agregar, que la presente investigación se ubicó en el diseño transaccional o transversal, como lo indica Barriga (2004), “recolecta datos de un solo momento y en un tiempo único, el propósito de este método es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado” (p.11). Es decir, las autoras aplicaron el instrumento y recopilaron los datos en un momento único, a la población de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, en la ciudad de La Grita, Estado Táchira.

### **Población y Muestra.**

#### **Población.**

De acuerdo con Kerlinger (2005), “la población es la parte del universo a la que el investigador tiene acceso” (p.12), también Pérez (2002) señala que “es el conjunto finito o infinito de unidades de análisis, individuos, objetos o elementos que se someten a estudio, pertenecen a la investigación son la base fundamental para obtener los datos” (p.65). Es por ello por lo que en la presente investigación la población estuvo conformada por dos (02) personal obrero, cinco (05) personal administrativo, trece (13) docentes; para un total de veinte (20) personas, relacionadas con la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, en la ciudad de La Grita, Estado Táchira.

### **Muestra.**

A propósito de la muestra, Vera (2008), dice “es una parte o subconjunto de una población normalmente seleccionada de tal modo que ponga de manifiesto las propiedades de la población” (p.12), por ende, constituyéndose a su vez en una muestra de tipo censal. Es por ello que la población al ser finita y accesible, se ubicó una muestra censal, así mismo Zarcovich (2005), explica que en este tipo de estudio la muestra censal es fundamental para obtener información precisa y representativa de todas las unidades del universo en cuestión; al recopilar datos de cada una de estas unidades, se logra tener una visión completa y detallada de las diferentes cuestiones que se están investigando, por todo lo anteriormente señalado la muestra censal en la presente investigación es la misma con relación a la población.

### **Diseño De Instrumento De Recolección De Datos.**

Se destaca en un primer momento la conceptualización de técnica, que para Jiménez (2009), “es un conjunto de recursos los cuales son utilizados para desarrollar una tarea” (p.1). para recabar la información sobre las relaciones de confianza y reciprocidad necesarias para la

consolidación de la Responsabilidad Social en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, en la ciudad de La Grita, en el municipio Jáuregui del Estado Táchira.

La presente investigación se apoyó en un cuestionario, que según Sabino (1992), el diseño de cuestionarios es característico de las ciencias sociales y se basa en la premisa de que la forma más directa y sencilla de conocer el comportamiento de las personas es preguntándose directamente, consiste en recopilar información de un grupo socialmente relevante sobre los problemas en estudio para posteriormente, a través de un análisis cuantitativo, obtener conclusiones acordes con los datos recopilados (p.78). Cabe agregar a lo anterior, que el cuestionario se presentó bajo la modalidad de instrumento, que para Hernández et al. (1991), “Un instrumento de medición adecuado es aquel que registra datos observables que representan verdaderamente a los conceptos o variables que el investigador tiene en mente” (p.285). A tal efecto, el instrumento tomo en cuenta los objetivos de estudio y el cuadro de variables, para estructurarlos según las dimensiones e indicadores correspondientes, integrado por 14 ítems, con base a las siguientes alternativas de respuestas: Siempre (S), Casi Siempre (CS), A Veces (AV), Casi Nunca (CN), Nunca (N).

### **Validación Y Confiabilidad De Instrumentos.**

#### **Validación.**

Según Fernández (2009), la validez “se refiere al grado en que un instrumento mide lo que el investigador pretende medir” (p.4). Es así como se utilizó el juicio de expertos para determinar la validez del instrumento, el mismo fue validado por los expertos que conforman al jurado de tesis de la Universidad Valle del Momboy para ello se presentó, los objetivos de la investigación, cuadro de variables y el respectivo instrumento, permitiendo perfeccionarlo en

base a la pertinencia, coherencia, claridad y redacción, tales sugerencias se tomaron en cuenta para la elaboración final del instrumento.

### **Confiabilidad.**

Siguiendo este orden de ideas, fue necesario antes de aplicar el instrumento determinar la confiabilidad de este, al respecto Ruiz (2002), señala la confiabilidad como “la exactitud con que un instrumento mide lo que se pretende medir”. (p.55), para obtener la confiabilidad se aplicó una prueba piloto a veinte personas de la Unidad Educativa Colegio Parroquial Sagrado Corazón de Jesús, de La Grita, Estado Táchira, no pertenecientes a la población en estudio, pero con características similares.

Según Hernández et al. (1991), hay varios métodos para determinar la confiabilidad de un instrumento de medición, todos estos métodos utilizan fórmulas que generan coeficientes de confiabilidad, estos coeficientes pueden variar de 0 a 1, donde un coeficiente de 0 indica una confiabilidad nula y 1 representa el máximo nivel de confiabilidad. (p.290). La confiabilidad se determinó mediante una técnica establecida por fórmula estadística Alfa de Cronbach, que para González (2009), la confiabilidad la define como un coeficiente estadístico que se utiliza para evaluar la consistencia interna de una escala de medición en relación con la magnitud no observada que se construye a partir de las n variables observadas. (p.4). Su fórmula es la siguiente:

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \frac{1 \times \sum Si^2}{St^2}$$

$$\alpha = 0,69$$

#### **Dónde:**

$\alpha$  = Coeficiente Alfa de Cronbach.

K = Número de ítems del instrumento.

$\sum Si^2$  = Sumatoria de la varianza de los ítems.

$St^2 =$  Varianza total del instrumento.

Los valores que van de 0 a 1 tienen la ventaja de no requerir la división de los ítems del instrumento de medición en dos partes, simplemente se realiza la medición y se calcula el coeficiente.

Por su parte, Ruiz (2002), explora la forma más simple de analizar e interpretar el coeficiente de confiabilidad en investigaciones cuantitativas, siguiendo la escala de rangos y magnitud como guía, por ejemplo.

### **Rangos y Magnitud**

**Tabla 3**

*Rangos y Magnitud*

<b>Rangos</b>	<b>Magnitud</b>
0,81 a 1,00	Muy Alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy Baja

Fuente: Ruiz (2002).

En el presente trabajo de investigación se comprobó su confiabilidad con un resultado de 0,69, el cual representa alta confiabilidad.

### **Análisis De Datos**

Después de aplicar el instrumento de recolección de información, se llevó a cabo el tratamiento adecuado para analizar los datos. Estos datos revelarán las conclusiones de la

investigación que consiste en determinar las relaciones de confianza y reciprocidad necesarias para la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, de la Grita, Municipio Jáuregui, Estado Táchira. Para analizar la información recopilada en la encuesta, se procedió a procesar los datos a través de Excel, lo que permitió obtener resultados concluyentes de la investigación. Se seleccionó la metodología de estadística descriptiva para llevar a cabo el análisis.

La estadística descriptiva implica la recolección, presentación, descripción, análisis e interpretación de datos, condensándolos en una o dos medidas descriptivas que representan el conjunto, este método se enfoca en reunir, describir, analizar, interpretar y presentar datos mediante tablas y gráficos, siendo útil para resumir un conjunto de datos de forma numérica o visual. Esta definición abarca todas las actividades relacionadas con los datos y está destinada a resumir o describir los mismos sin incluir factores pertinentes adicionales, evitando inferir conclusiones que trasciendan más allá de los datos en sí mismos. A continuación, se muestran los resultados alcanzados.

**Objetivo Específico:** Diagnosticar el nivel de confianza y reciprocidad entre los grupos de interés de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

#### **Tabla 4**

##### ***Indicador: Comunicación Asertiva***

Alternativas	
Ítem 1	Ítem 2
¿Se mantiene informado de manera oportuna y clara sobre las decisiones y actividades de la organización?	¿Se siente escuchado y valorado cuando expresa sus opiniones o preocupaciones?

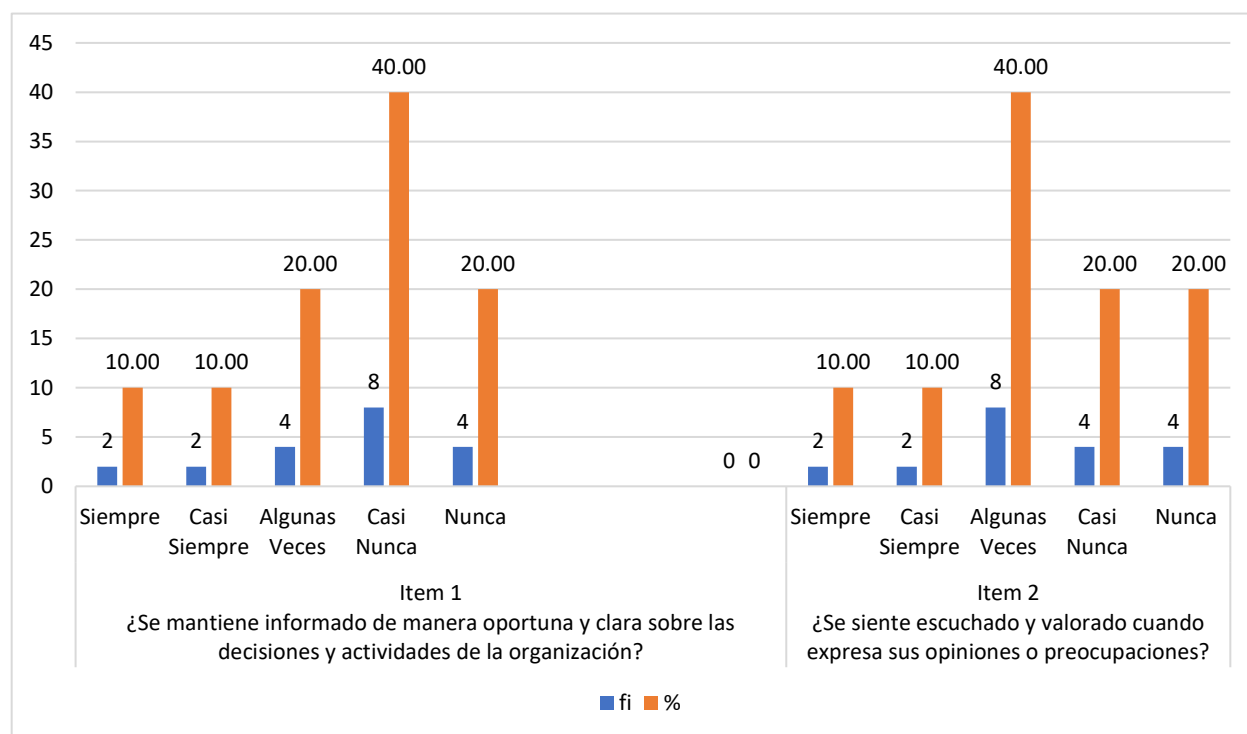
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	2	10,00	2	10,00
Casi Siempre	2	10,00	2	10,00
Algunas Veces	4	20,00	8	40,00
Casi Nunca	8	40,00	4	20,00
Nunca	4	20,00	4	20,00
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta y valor de porcentaje para cada ítem del indicador Comunicación Asertiva.

Fuente: Elaboración propia (2024)

**Figura 2**

*Indicador: Comunicación Asertiva*



*Nota:* La figura presenta los resultados alcanzados de los ítems 1 y 2.

Fuente: Elaboración propia (2024)

De los resultados extraídos de la tabla 4 y figura 2, muestra los resultados del indicador comunicación asertiva, derivado del cuestionario aplicado a la muestra relacionada con la

Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, de La Grita, Municipio Jauregui, Estado Táchira. Con respecto al Ítem, 1; ¿Se mantiene informado de manera oportuna y clara sobre las decisiones y actividades de la organización? Se observó que la alternativa siempre fue respondida en un 10%, por los encuestados de siempre estar informados de manera oportuna, un 10% respondieron que casi siempre, un 20% respondieron que algunas veces, el 40% de los encuestados respondieron que casi nunca están informados y un 20% contestaron de nunca lo están.

En relación con el Ítem 2; ¿Se siente escuchado y valorado cuando expresa sus opiniones o preocupaciones? El 10% manifestaron siempre estar siendo escuchados y valorados al expresar sus opiniones, el 10% casi siempre, el 40% expreso que algunas veces, el 20% manifestaron que casi nunca y por último el 20% de los encuestados respondieron que nunca son escuchados y valorados cuando dan opiniones o expresan preocupaciones. Los resultados emitidos por el personal encuestado son preocupantes ya que se puede percibir un bajo porcentaje del indicador comunicación asertiva.

**Tabla 5**

***Indicador: Empatía***

Alternativas				
	Ítem 3		Ítem 4	
	¿Considera el impacto de sus decisiones pueden tener en los demás antes de tomarlas?		¿Hace esfuerzos para ponerse en el lugar de los demás y comprender sus puntos de vista antes de tomar decisiones?	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	2	10,00	2	10,00
Casi Siempre	3	15,00	3	15,00
Algunas Veces	5	25,00	6	30,00
Casi Nunca	6	30,00	4	20,00

Nunca 4 20,00 5 25,00

---

TOTAL 20 100 20 100

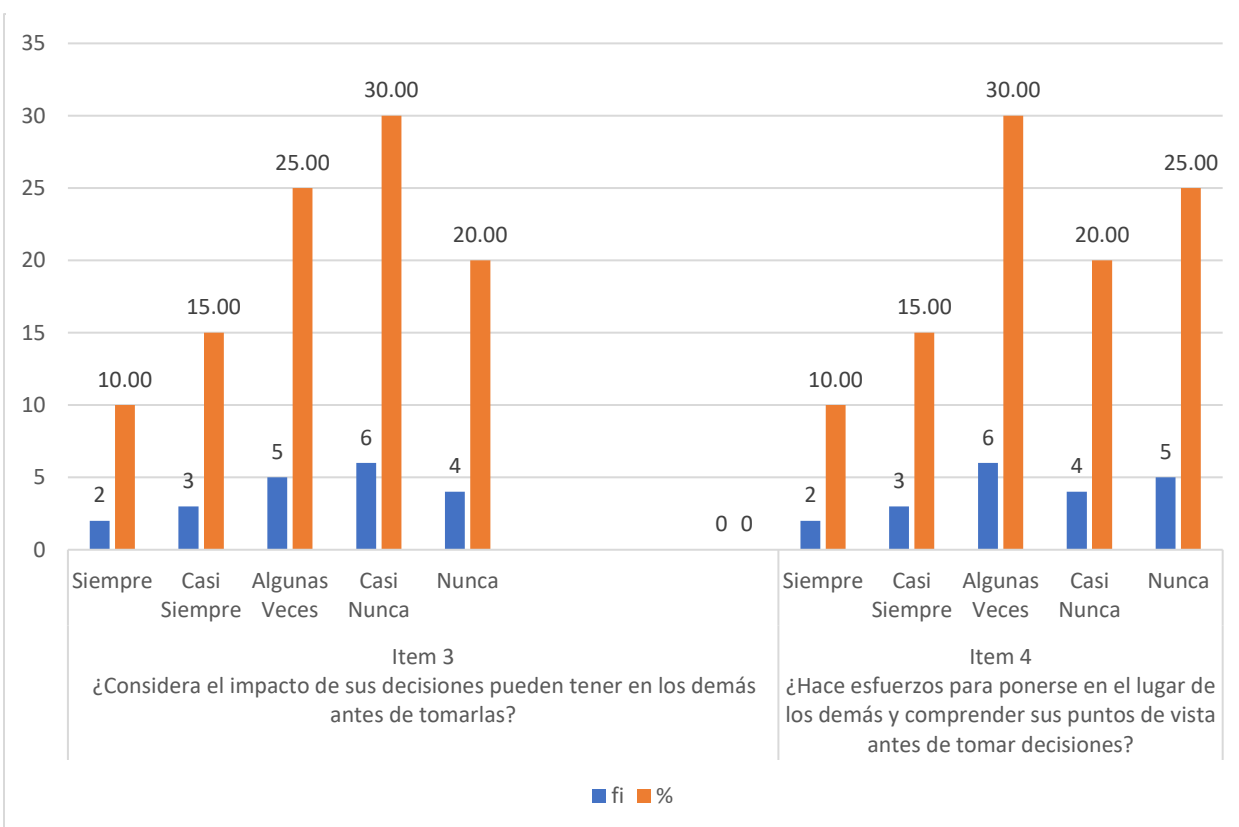
---

*Nota:* Frecuencia absoluta y valor de porcentaje para cada ítem del indicador Empatía.

Fuente: Elaboración propia (2024)

**Figura 3**

**Indicador: Empatía**



*Nota:* La figura presenta los resultados alcanzados de los ítems 3 y 4.

Fuente: Elaboración propia (2024)

De los resultados extraídos de la tabla 5 y figura 3, refleja los resultados del indicador empatía, según lo reflejado del cuestionario aplicado al personal relacionado con la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, de La Grita, Municipio Jáuregui, Estado Táchira. Con respecto al Ítem, 3; ¿Considera el impacto de sus decisiones pueden tener en los demás antes de tomarlas?

Se observó que la alternativa siempre fue respondida en un 10%, un 15% respondieron que casi siempre, un 25% respondieron que algunas veces, el 30% de los encuestados respondieron que casi nunca toman en cuenta el impacto de sus decisiones sobre los demás y un 20% contestaron de nunca lo consideran.

Continuando con el Ítem 4; ¿Hace esfuerzos para ponerse en el lugar de los demás y comprender sus puntos de vista antes de tomar decisiones? El 10% de los encuestados manifestaron siempre ponerse en lugar de los demás y comprender sus puntos de vista, el 15% casi siempre, el 30% expreso que algunas veces, el 20% manifestaron que casi nunca y por último el 25% de los encuestados respondieron que nunca se ponen en el lugar del otro. Los resultados emitidos por el personal encuestado son preocupantes ya que se puede percibir un alto porcentaje de nunca ponerse en el lugar de los demás y comprender sus puntos de vista antes de tomar decisiones correspondientes al indicador empatía.

**Tabla 6**

***Indicador: Cooperación***

	Alternativas			
	Ítem 5		Ítem 6	
	¿Se buscan soluciones conjuntas a los problemas que afectan a los miembros de la institución?		¿Se comparten recursos y conocimientos entre los miembros de la organización para lograr objetivos comunes?	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	2	10,00	2	10,00
Casi Siempre	3	15,00	3	15,00
Algunas Veces	5	25,00	4	20,00
Casi Nunca	6	30,00	8	40,00
Nunca	4	20,00	3	15,00

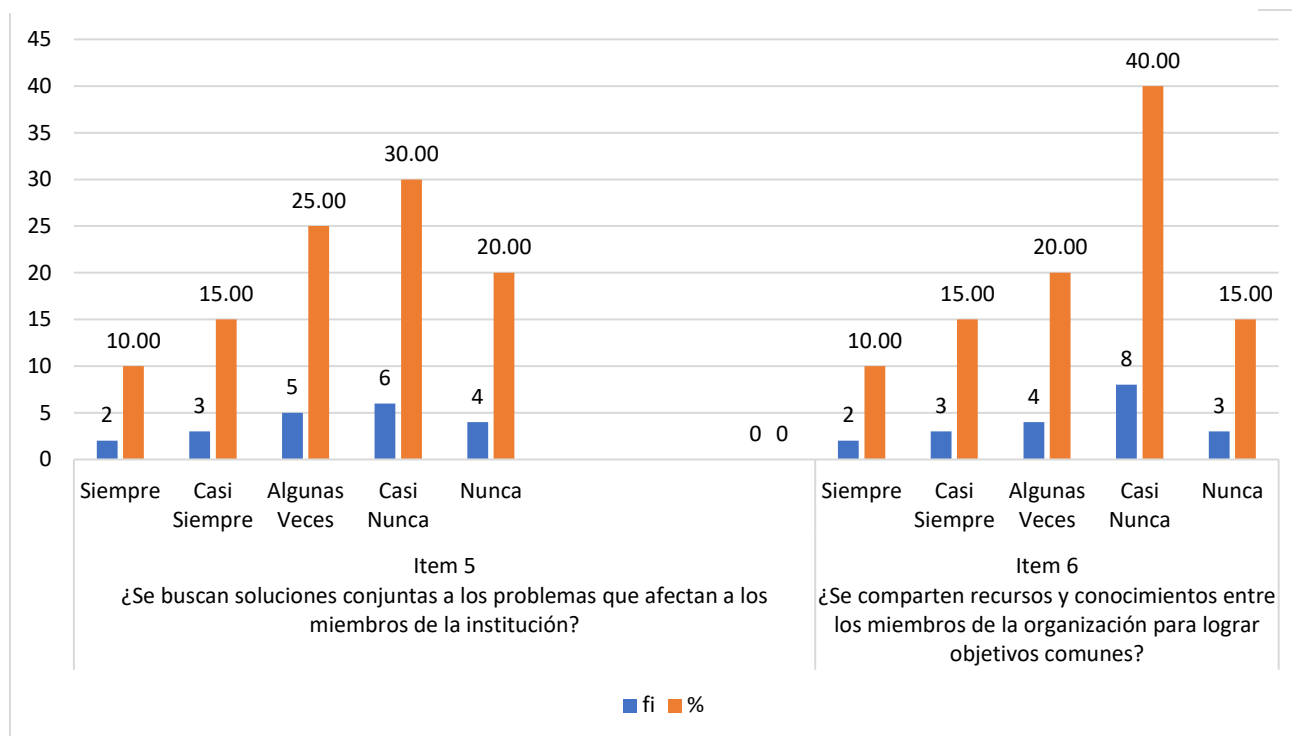
TOTAL	20	100	20	100
-------	----	-----	----	-----

*Nota:* Frecuencia absoluta y valor de porcentaje para cada ítem del indicador Cooperación.

*Fuente:* Elaboración propia (2024).

**Figura 4**

**Indicador: Cooperación**



*Nota:* La figura presenta los resultados alcanzados de los ítems 5 y 6.

*Fuente:* Elaboración propia (2024)

De los resultados extraídos de la tabla 6 y figura 4, refleja los resultados del indicador cooperación, según lo verificado en el instrumento aplicado al personal de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, de La Grita, Municipio Jáuregui, Estado Táchira. Con respecto al Ítem, 5; ¿Se buscan soluciones conjuntas a los problemas que afectan a los miembros de la institución? Se obtuvo que la alternativa siempre fue respondida en un 10%, un 15% respondieron que casi siempre, un 25% respondieron que algunas veces, el 30% de los consultados respondieron que

casi nunca y un 20% contestaron de nunca buscan soluciones conjuntas a los problemas que afectan a los miembros de la institución.

Continuando con el Ítem 6; ¿Se comparten recursos y conocimientos entre los miembros de la organización para lograr objetivos comunes? El 10% de los encuestados señalaron que siempre comparten recursos y conocimientos entre los miembros de la organización para lograr objetivos comunes, el 15% casi siempre, el 20% expreso que algunas veces, el 40% manifestaron que casi nunca y por último el 15% respondieron que nunca. Los resultados originados por los encuestados son preocupantes ya que se puede percibir un alto porcentaje de casi nunca compartir recursos y conocimientos entre los miembros de la organización para lograr objetivos comunes correspondientes al indicador cooperación.

**Objetivo específico:** Identificar los tipos de responsabilidad social empresarial de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

**Tabla 7**

**Indicador: Responsabilidad Social Medioambiental**

Alternativas				
	Ítem 7		Ítem 8	
	¿La Institución promueve la educación ambiental entre sus empleados y clientes?		¿La organización apoya iniciativas de conservación ambiental y desarrollo sostenible en la comunidad?	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	3	15,00	4	20,00
Casi Siempre	3	15,00	4	20,00
Algunas Veces	6	30,00	5	25,00
Casi Nunca	4	20,00	4	20,00
Nunca	4	20,00	3	15,00

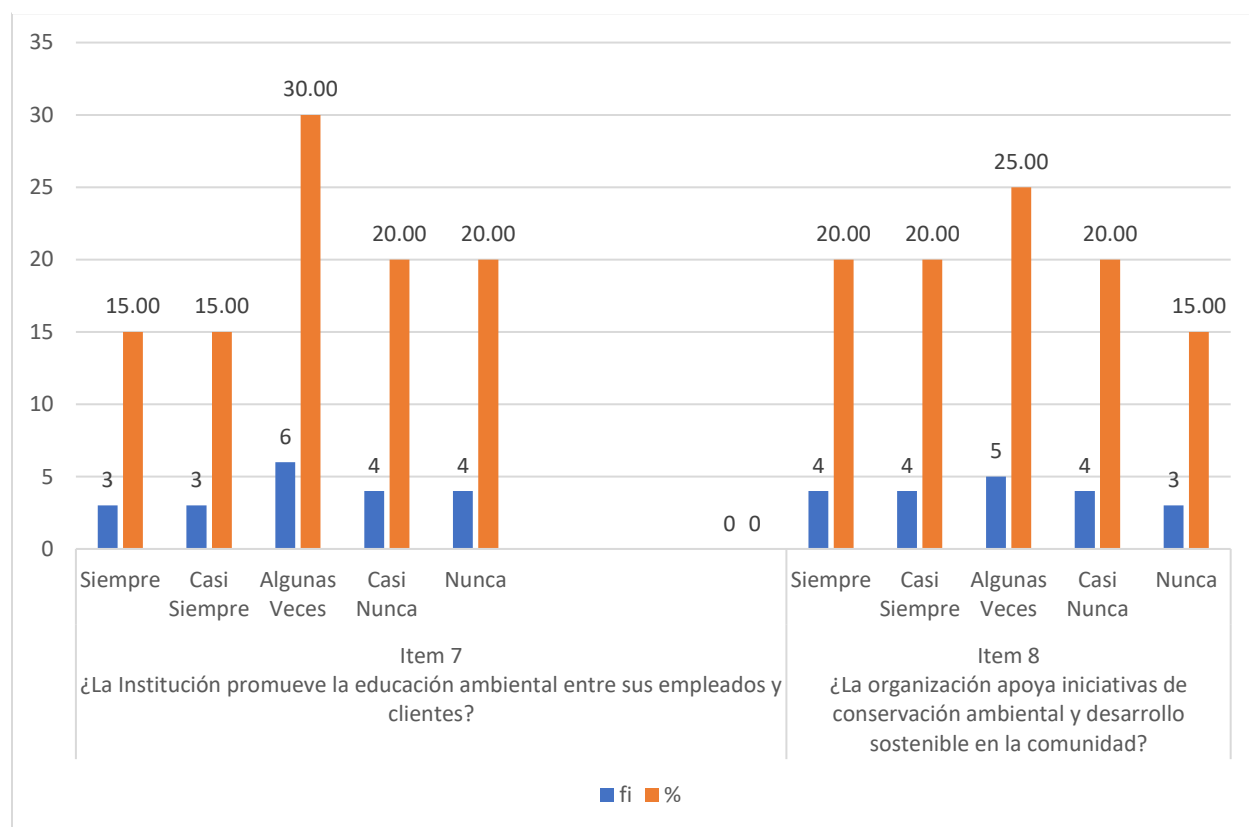
TOTAL	20	100	20	100
-------	----	-----	----	-----

*Nota:* Frecuencia absoluta y valor de porcentaje para cada ítem del indicador Responsabilidad Social Medioambiental.

*Fuente:* Elaboración propia (2024).

**Figura 5**

**Indicador: Responsabilidad Social Medioambiental**



*Nota:* La figura presenta los resultados alcanzados de los ítems 7 y 8.

*Fuente:* Elaboración propia (2024)

De los resultados reflejados en la tabla 7 y figura 5, se puede visualizar los resultados del indicador responsabilidad social medioambiental, correspondiente al cuestionario aplicado al personal de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, de La Grita, Municipio Jáuregui, Estado Táchira. Con respecto al Ítem, 7; ¿La Institución promueve la educación ambiental entre sus

empleados y clientes? Reflejo que la alternativa siempre fue respondida en un 15%, un 15% respondieron que casi siempre, un 30% respondieron que algunas veces, el 20% de los consultados respondieron que casi nunca y un 20% contestaron de nunca promueven la educación ambiental entre sus empleados y clientes.

En el mismo orden el Ítem 8; ¿La organización apoya iniciativas de conservación ambiental y desarrollo sostenible en la comunidad? El 20% de los encuestados señalaron que siempre, el 20% casi siempre, el 25% expreso que algunas veces, el 20% contestaron que casi nunca y por último el 15% respondieron que nunca. Los resultados obtenidos por los consultados son alarmantes ya que se puede percibir un alto porcentaje de que casi nunca la organización apoya iniciativas de conservación ambiental y desarrollo sostenible en la comunidad correspondientes al indicador responsabilidad social medioambiental.

**Tabla 8**

***Indicador: Responsabilidad Social Ética***

	Alternativas			
	Ítem 9		Ítem 10	
	¿La Institución aplica principios y valores establecidos en algún código de ética que guía su comportamiento?		¿La Institución promueve prácticas de transparencia y rendición de cuentas en sus operaciones?	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	3	15,00	1	5,00
Casi Siempre	4	20,00	3	15,00
Algunas Veces	6	30,00	2	10,00
Casi Nunca	4	20,00	8	40,00
Nunca	3	15,00	6	30,00

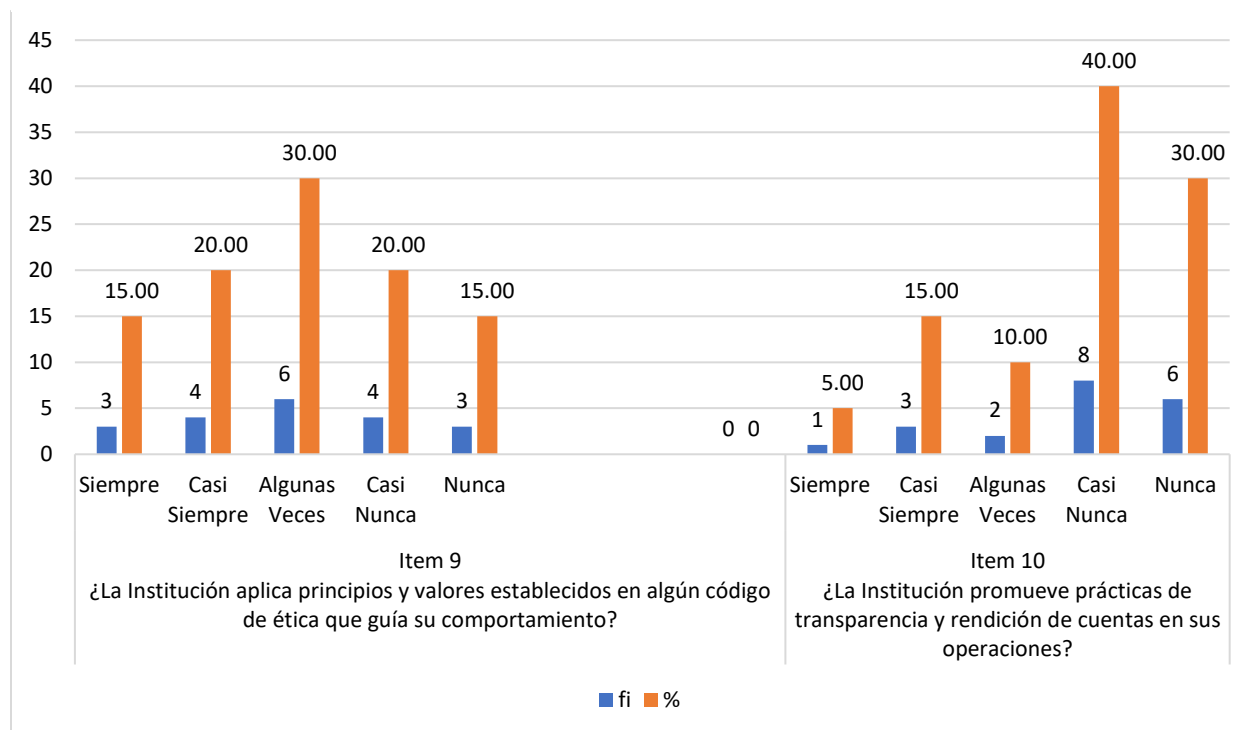
TOTAL	20	100	20	100
-------	----	-----	----	-----

*Nota:* Frecuencia absoluta y valor de porcentaje para cada ítem del indicador Responsabilidad Social Ética.

Fuente: Elaboración propia (2024).

**Figura 6**

*Indicador: Responsabilidad Social Ética*



*Nota:* La figura presenta los resultados alcanzados de los ítems 9 y 10.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Los resultados visualizados en la tabla 8 y figura 6, se puede observar los resultados del indicador Responsabilidad Social Ética, correspondiente al instrumento aplicado a las personas relacionadas con la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, de La Grita, Municipio Jáuregui, Estado Táchira. Con respecto al Ítem, 9; ¿La Institución aplica principios y valores establecidos en algún código de ética que guía su comportamiento? Se constató que la alternativa siempre fue respondida en un 15%, un 20% respondieron que casi siempre, un 30% respondieron que algunas

veces, el 20% de los consultados respondieron que casi nunca y un 15% contestaron que nunca la Institución aplica principios y valores establecidos en algún código de ética que guía su comportamiento.

Siguiendo con la misma línea en el Ítem 10; ¿La Institución promueve prácticas de transparencia y rendición de cuentas en sus operaciones? El 5% de los consultados manifestaron que siempre, el 15% casi siempre, el 10% señaló que algunas veces, el 40% respondieron que casi nunca y el 30% manifestaron que nunca. Los resultados recabados por los encuestados llaman la atención porque se puede percibir un alto porcentaje de que casi nunca la Institución promueve prácticas de transparencia y rendición de cuentas en sus operaciones correspondientes al indicador responsabilidad social ética.

**Tabla 9**

***Indicador: Responsabilidad Filantrópica***

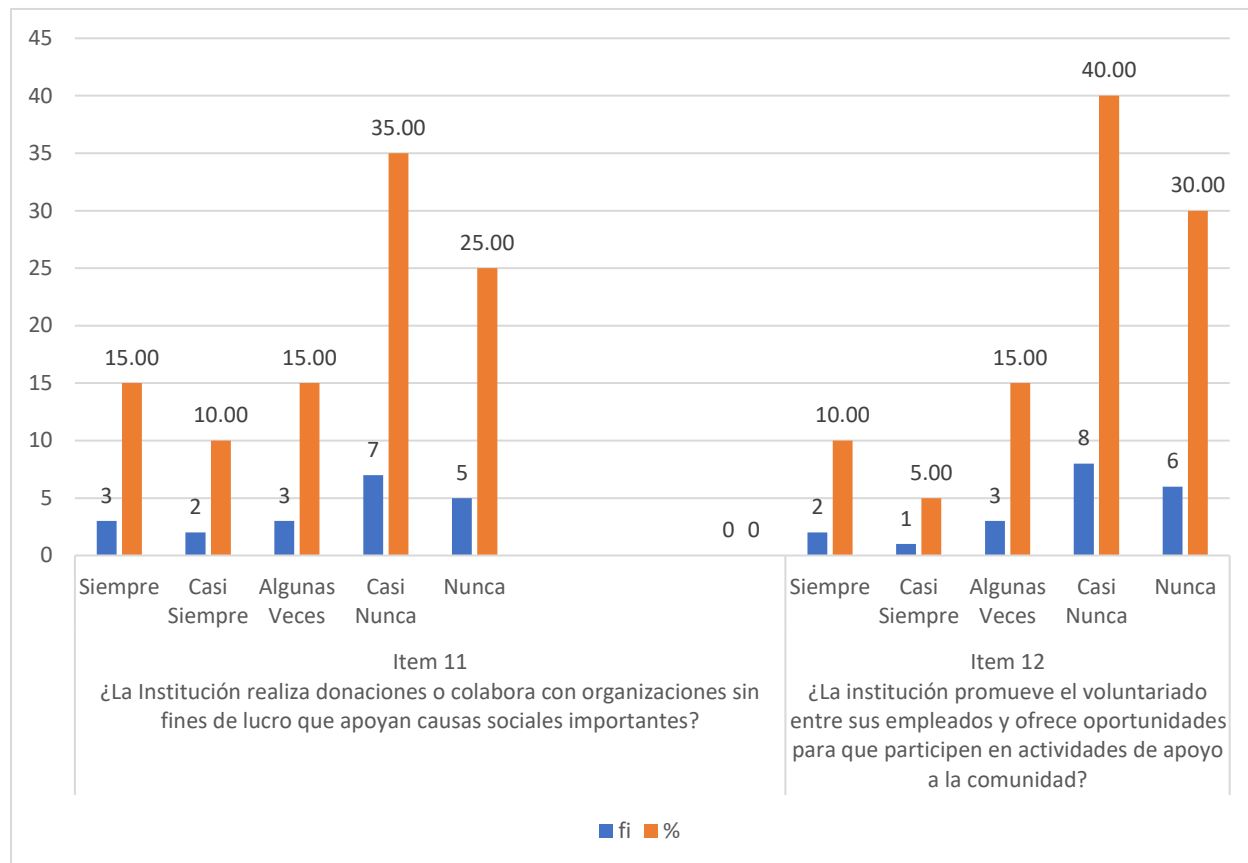
Alternativas				
	Ítem 11		Ítem 12	
	¿La Institución realiza donaciones o colabora con organizaciones sin fines de lucro que apoyan causas sociales importantes?		¿La institución promueve el voluntariado entre sus empleados y ofrece oportunidades para que participen en actividades de apoyo a la comunidad?	
	fi	%	fi	%
Siempre	3	15,00	2	10,00
Casi Siempre	2	10,00	1	5,00
Algunas Veces	3	15,00	3	15,00
Casi Nunca	7	35,00	8	40,00
Nunca	5	25,00	6	30,00
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100</b>	<b>20</b>	<b>100</b>

*Nota:* Frecuencia absoluta y valor de porcentaje para cada ítem del indicador Responsabilidad Filantrópica.

Fuente: Elaboración propia (2024).

**Figura 7**

**Indicador: Responsabilidad Filantrópica**



*Nota:* La figura presenta los resultados alcanzados de los ítems 11 y 12.

Fuente: Elaboración propia (2024)

Continuando con lo reflejado en la tabla 9 y figura 7, se puede constatar los resultados del indicador Responsabilidad Filantrópica, correspondiente al cuestionario suministrado a las personas que hacen vida en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, de La Grita, Municipio Jáuregui, Estado Táchira. Con respecto al Ítem, 11; ¿La Institución realiza donaciones o colabora con organizaciones sin fines de lucro que apoyan causas sociales importantes? Se verifico que la

alternativa siempre fue señalada en un 15%, un 10% respondieron que casi siempre, un 15% respondieron que algunas veces, el 35% de los encuestados hicieron referencia que casi nunca y un 25% manifestaron que nunca la Institución realiza donaciones o colabora con organizaciones sin fines de lucro que apoyan causas sociales importantes.

Siguiendo con el Ítem 12; ¿La institución promueve el voluntariado entre sus empleados y ofrece oportunidades para que participen en actividades de apoyo a la comunidad? El 2,817% de los entrevistados señalaron que siempre, el 19,155% casi siempre, el 20,423% manifestó que algunas veces, el 26,197% hicieron referencia que casi nunca y el 31,408% marcaron que nunca. Los resultados nos reflejan un alto porcentaje de que nunca la institución promueve el voluntariado entre sus empleados y ofrece oportunidades para que participen en actividades de apoyo a la comunidad correspondientes al indicador responsabilidad filantrópica.

**Tabla 10**

***Indicador: Responsabilidad Económica***

Alternativas				
	Ítem 13		Ítem 14	
	¿La Institución contribuye al desarrollo económico de la región a través de iniciativas de desarrollo local?		¿La Institución busca generar un impacto económico positivo en la comunidad con el desarrollo de iniciativas de emprendimiento?	
	<b>fi</b>	<b>%</b>	<b>fi</b>	<b>%</b>
Siempre	1	5,00	2	10,00
Casi Siempre	2	10,00	3	15,00
Algunas Veces	2	10,00	5	25,00
Casi Nunca	7	35,00	6	30,00
Nunca	8	40,00	4	20,00

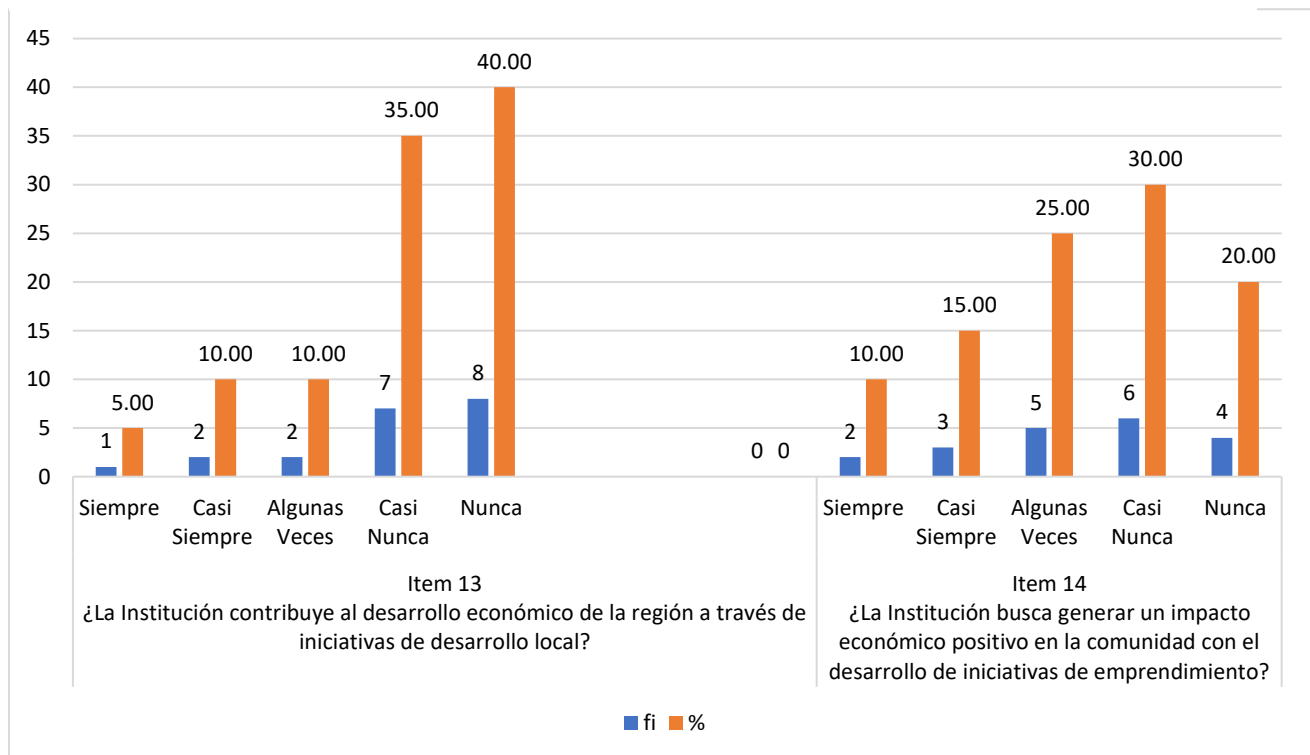
TOTAL	20	100	20	100
-------	----	-----	----	-----

*Nota:* Frecuencia absoluta y valor de porcentaje para cada ítem del indicador Responsabilidad Económica.

Fuente: Elaboración propia (2024).

**Figura 8**

**Indicador: Responsabilidad Económica**



*Nota:* La figura presenta los resultados alcanzados de los ítems 13 y 14.

Fuente: Elaboración propia (2024).

Es así como lo reflejado en la tabla 10 y figura 8, se puede observar los resultados del indicador Responsabilidad Económica, correspondiente al instrumento aplicado a las personas que forman parte de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, de La Grita, Municipio Jauregui, Estado Táchira. Con respecto al Ítem, 13; ¿La Institución contribuye al desarrollo económico de la región a través de iniciativas de desarrollo local? Se constató que la opción siempre fue

marcada en un 8,028%, un 16,901% respondieron que casi siempre, un 19,718% respondieron que algunas veces, el 22,113% de los consultados señalaron que casi nunca y un 33,239% manifestaron que nunca la Institución contribuye al desarrollo económico de la región a través de iniciativas de desarrollo local.

Asimismo, el Ítem 14; ¿La Institución busca generar un impacto económico positivo en la comunidad con el desarrollo de iniciativas de emprendimiento? El 10% de las personas que se consultaron señalaron que siempre, el 5% casi siempre, el 15% manifestaron que algunas veces, el 40% marcaron que casi nunca y el 30% nunca. Los resultados nos hacen referencia a un alto porcentaje de que nunca y casi nunca la Institución busca generar un impacto económico positivo en la comunidad con el desarrollo de iniciativas de emprendimiento correspondientes al indicador responsabilidad económica.

### **Integración De Resultados.**

Así mismo se desarrolló el primer objetivo específico que hace referencia a diagnosticar el nivel de confianza y reciprocidad entre los grupos de interés de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, al respecto Ruiz (2002), señala la confiabilidad como “la exactitud con que un instrumento mide lo que se pretende medir”. (p.55), en este caso la delimita sus objetivos de confianza y reciprocidad a 3 indicadores como son la comunicación asertiva, empatía y cooperación ayudando a mejorar la comunicación entre los grupos de interés con el ambiente social y laboral.

En los ítem 1 y 2, de la recolección de datos refleja que en la comunicación asertiva según la figura 2, donde se pregunta que si se mantiene informado de manera oportuna y clara sobre las decisiones y actividades de la organización, y es alarmante que según el 40% indico que casi nunca, dejando claro la ausencia de los conocimiento para el desarrollo de un bien

común en cuanto los grupos de interés, en el ítem 2, se observa en la pregunta realizada ¿se siente escuchado y valorado cuando expresa sus opiniones y preocupaciones?, en este punto se observa que en la respuesta algunas veces donde el 40% de los entrevistados respondió, dejando entender que en algunas ocasiones son escuchados y se genera la reciprocidad en los grupos de interés.

Como segundo indicador del primer objetivo específico, se explica que “La empatía, fundamental en el ámbito de las relaciones humanas, ha sido interpretada de múltiples maneras para promover actitudes colaborativas y una convivencia pacífica. Se destaca la relevancia de comprender el punto de vista del otro para destacarse como individuos ejemplares en la sociedad.” (Muñoz & Chaves, 2013, p.124), según el ítem 3 ¿considera el impacto de sus decisiones pueden tener en los demás antes de tomarlas? Según la información el 30% de los entrevistados expresa que casi nunca dejando claro hay carencia de empatía y reciprocidad en los grupos de interés, por otro lado, en el ítem 4 ¿hace esfuerzo para ponerse en el lugar de los demás y comprender su punto de vista antes de tomar decisiones?, según señala que el 30% de los entrevistados respondió algunas veces, tomando en consideración la empatía hacia los demás.

En el segundo objetivo específico que es identificar los tipos de responsabilidad social empresarial de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, señala que según Vallaey (2018), la magnitud de la Responsabilidad Social Empresarial abarca tres aspectos principales; en primer lugar, implica que la empresa mantenga normas éticas para elevar la calidad de vida humana de forma sostenible; en segundo lugar, se refiere a la responsabilidad de la empresa de minimizar cualquier efecto secundario o impacto negativo en el medio ambiente y la comunidad circundante; en tercer lugar, se fomenta la participación de cada stakeholders.

Según el indicador número dos, responsabilidad social y ética, expresada en los ítems 9 donde ¿la institución aplica principio y valores establecidos en algún código de ética que guía su comportamiento? Según encuestados expresa 30% que algunas veces, y el 15% siempre, también se da entender que hay un nivel intermedio de falta de aplicar los valores en la institución, por otro la en el ítem 10 ¿la institución promueve prácticas de transparencia y rendición de cuentas en sus operaciones?, según el 40% expresa que casi nunca, mientras que el 5% indica siempre y el 10% algunas veces. Esto permitirá observar el nivel que se genera poca confianza entre los grupos de interés por los motivos de falta de confianza y ética.

### **Validación De Resultados.**

Los resultados obtenidos en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, tiene objeto de investigación, concuerdan con autores y estudios previos realizados en el tema de esta investigación como lo es la RSE, para su validación se tomaran en cuenta los hallazgos obtenidos durante la investigación, se emplean métodos de triangulación para corroborar los resultados, contrastando hallazgos de diversas fuentes de formación y consultar con especialistas en el tema concluyendo con nuestra postura en la validación de los resultados.

Para el primer objetivo específico que es diagnosticar el nivel de confianza y reciprocidad entre los grupos de interés de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, según Abarca (2004), la confianza puede ser vista como una inversión en el presente que se proyecta hacia el futuro y se forma a partir de experiencias previas, es fundamental comprender la importancia de la confianza y cómo promoverla, ya que sienta las bases para la Responsabilidad Social Empresarial en cualquier entorno laboral, en otras palabras, las organizaciones o instituciones parecen más fiables cuando las partes interesadas están convencidas de que comprenden sus expectativas y se comprometen con el crecimiento y el bienestar general de la institución. Según los autores es de

vital importancia el manejo de la confianza en las áreas de desarrollo social y de convivencia, esto permite que se estimule la comunicación asertiva y su vez la empatía hacia los demás permitiendo generar más cooperación entre los grupos de interés y el desarrollo de valores entre sí.

Por otro lado, en el segundo objetivo específico, identificar los tipos de responsabilidad social empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, según Verduzco (2006), describe la Responsabilidad Social Empresarial como la capacidad de una empresa para escuchar, participar, comprender y responder a las legítimas expectativas de los diversos actores que impactan en su desarrollo, además, implica alinear sus acciones de forma que satisfagan las necesidades y expectativas de sus miembros y otros grupos interesados que se benefician de sus actividades, además de fomentar el cuidado y la protección del medio ambiente, según los autores expresan la importancia de la responsabilidad social para el bien común y de los grupos de intereses y fomentar la responsabilidad entre sí.

### **III. FASE DE PRESENTACIÓN**

En esta fase se presentan las conclusiones, recomendaciones y posibles propuestas según los objetivos y resultados de la investigación. Para ello, se comenzará identificando los objetivos de la investigación, una vez evaluados si se han cumplido, se expondrán las conclusiones derivadas de los resultados obtenidos durante el estudio; además, se formularán recomendaciones basadas en dichos resultados y su importancia en la toma de decisiones, de igual forma se plantearán lineamientos a seguir para fortalecer la Responsabilidad Social Empresarial, fundamentadas en relaciones de confianza y reciprocidad con los grupos de interés en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

#### **Conclusiones.**

En la investigación se determinó las relaciones de confianza y reciprocidad necesarias para la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, en la cual se evidencio una carencia de relaciones sólidas fundamentadas en confianza y reciprocidad, lo que impactó en la efectividad y la influencia de las iniciativas de RSE en la institución educativa. por lo tanto, se establecieron tres objetivos específicos, de los cuales se detallan las siguientes conclusiones:

En relación al primer objetivo que hacía referencia a diagnosticar el nivel de confianza y reciprocidad entre los grupos de interés en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, a partir de los hallazgos de esta investigación, se concluye que la confianza y la reciprocidad son pilares clave para fortalecer la Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

Por ende, se puede observar que los niveles actuales de confianza y reciprocidad entre los grupos de interés en el colegio son bajos, lo que dificulta establecer medidas o acciones de

responsabilidad social empresarial, por esta razón, es primordial implementar estrategias para mejorar las relaciones de confianza y reciprocidad entre los grupos de interés en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, estas estrategias incluyen la comunicación efectiva, la empatía y la cooperación de todos los grupos de interés en la toma de decisiones relacionadas con la responsabilidad social empresarial.

Prosiguiendo con el segundo objetivo cuyo propósito consistía en identificar los tipos de Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, es por esta razón que la identificación de los diversos tipos de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo no ofrece una visión completa de las prácticas actuales llevadas a cabo, ya que las mismas no son organizadas por tipos sino simplemente son realizadas al azar sin una lógica coherente. Esta investigación sienta las bases para conocer los tipos de responsabilidad social y comprender el ámbito de alcance de cada una para de esta manera desarrollar estrategias que refuercen y diversifiquen las iniciativas de RSE, adaptándolas a las necesidades específicas de todos los grupos de interés. Además, este conocimiento facilita la alineación de las acciones de RSE con los valores y objetivos institucionales, promoviendo un compromiso más profundo y significativo con la responsabilidad social en todos los niveles del Colegio Santo Cristo.

Asimismo como tercer objetivo se estableció generar lineamientos para consolidar la Responsabilidad Social Empresarial basados en las relaciones de confianza y reciprocidad de los grupos de interés en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, para ello, resulta crucial fomentar una cultura de colaboración y compromiso entre los diversos grupos involucrados; se busca impulsar la participación de todos en la definición y ejecución de acciones de responsabilidad social empresarial, aunque se han identificado algunas acciones de RSE en la

escuela, se ha notado la falta de directrices claras para su consolidación. Por esta razón, es fundamental crear pautas específicas para fortalecer la RSE en la institución, considerando las necesidades únicas de cada grupo y promoviendo la transparencia, equidad y participación, estas directrices deben ser flexibles y ajustarse a los cambios del entorno, además de ser evaluadas regularmente para asegurar su eficacia y relevancia.

Así pues, las relaciones de confianza y reciprocidad son fundamentales para la consolidación de la Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, esto se logra mediante acciones concretas, estratégicas y enraizadas en valores éticos y de solidaridad, la implementación de directrices claras y la participación de todos los grupos de interés son elementos clave para el éxito de las iniciativas de RSE en la institución. Es fundamental que futuras investigaciones en este campo contribuyan a mejorar la gestión de la RSE en el Colegio Santo Cristo y a generar un impacto positivo en la comunidad educativa.

### **Recomendaciones.**

Así mismo, se hacen las siguientes recomendaciones a la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo:

Realizar un análisis más exhaustivo sobre el nivel de confianza y reciprocidad entre los grupos de interés de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, tomando en cuenta elementos como la comunicación, la transparencia en la toma de decisiones y la participación de los distintos actores en las actividades de Responsabilidad Social Empresarial.

Desarrollar un estudio comparativo entre las acciones de Responsabilidad Social Empresarial de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo y otras instituciones educativas, con el objetivo de encontrar buenas prácticas y posibles áreas de mejora en lo que respecta a la relación de confianza y reciprocidad con los grupos de interés.

Efectuar entrevistas en profundidad con los diferentes grupos de interés de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, para entender mejor sus percepciones y expectativas en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial y las relaciones de confianza y reciprocidad.

Obtener un análisis de las políticas y procedimientos actuales de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo en relación con la Responsabilidad Social Empresarial, con el fin de identificar posibles áreas de mejora en términos de fomentar la confianza y reciprocidad entre los diferentes actores.

Implementar, seguir y evaluar los lineamientos propuestos para consolidar la Responsabilidad Social Empresarial en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, teniendo en cuenta las necesidades y particularidades de la institución.

Estas sugerencias estratégicas serán de gran utilidad para ahondar en las interacciones basadas en la confianza y reciprocidad, las cuales son fundamentales para el fortalecimiento y arraigo de la Responsabilidad Social Empresarial en el prestigioso entorno educativo de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, asimismo, posibilitarán la formulación de iniciativas específicas destinadas a potenciar la comunicación y colaboración con los diversos actores involucrados, promoviendo así bases sólidas de responsabilidad social en la unidad educativa.

## **Planteamiento De La Propuesta**

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado más allá de ser solo una estrategia corporativa, convirtiéndose en un imperativo ético y social para las organizaciones en todos los ámbitos. En el ámbito educativo, la RSE cobra una dimensión aún más profunda, ya que las instituciones no solo tienen la responsabilidad de educar académicamente a los estudiantes, sino también de fomentar valores éticos, impulsar la inclusión y contribuir al bienestar de la comunidad en general.

Consciente de su compromiso con la excelencia educativa y el impacto positivo en su entorno, la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo plantea la necesidad de fortalecer su enfoque en responsabilidad social. Esta propuesta tiene como objetivo principal establecer directrices específicas que estén estrechamente vinculadas con la confianza y reciprocidad con sus diversos grupos de interés, no solo con el propósito de orientar la acción, sino también con la intención de fortalecer los lazos con la comunidad educativa y fomentar un mayor compromiso con la responsabilidad social en todos los ámbitos de la vida escolar. En este documento se detallan los aspectos fundamentales de la propuesta para establecer lineamientos que consoliden la responsabilidad social en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, centrándose en el desarrollo de relaciones sólidas de confianza y reciprocidad con todos sus grupos de interés.

## **Introducción**

La responsabilidad social es esencial en la administración de cualquier empresa, ya que implica el compromiso de mejorar la comunidad y el ambiente en el que opera. En la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, la RSE se enfoca en establecer relaciones de confianza y reciprocidad con diferentes grupos como estudiantes, padres, personal docente y administrativo, la comunidad local, y entidades externas.

Para consolidar la responsabilidad social, es necesario seguir lineamientos claros que promuevan la transparencia, la ética, la inclusión y el respeto por los derechos de todas las partes involucradas. Estos lineamientos deben ser establecidos a través de un proceso participativo que involucre a todos los actores de la comunidad educativa, de manera que se asegure su compromiso y colaboración en la implementación y seguimiento de las acciones de responsabilidad social.

Entre los lineamientos para consolidar la responsabilidad social en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo se incluyen la promoción de la equidad y la diversidad, el fomento de la participación ciudadana y el fortalecimiento de la cultura de la paz y la convivencia armónica. Además, se busca establecer alianzas estratégicas con organizaciones e instituciones que compartan los mismos valores y objetivos, con el fin de potenciar el impacto de las acciones de responsabilidad social y generar un mayor beneficio para la comunidad.

### **Objetivo General:**

Lineamientos para consolidar la responsabilidad social basados en las relaciones de confianza y reciprocidad de los grupos de interés de la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo.

### **Objetivos Específicos:**

- ✓ Establecer acciones concretas para fomentar la confianza y reciprocidad entre la institución educativa y sus grupos de interés, como padres de familia, estudiantes, docentes y comunidad en general.
- ✓ Mejorar significativamente la comunicación y la transparencia en las relaciones con los diversos grupos de interés, a través de la implementación efectiva de canales de diálogo y retroalimentación que fomenten de manera activa la participación e involucramiento de todos los actores relevantes dentro de la comunidad educativa.

- ✓ Consolidar la responsabilidad social en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo a través de relaciones de confianza y reciprocidad implica establecer lineamientos claros y acciones concretas que promuevan una cultura organizacional comprometida con el bienestar de todos los grupos de interés, entre los indicadores que se pueden tomar en consideración para ser aplicados se pueden señalar:

**Indicador Comunicación Asertiva:**

- ✓ Promover una comunicación abierta y transparente entre la dirección, el personal, los estudiantes, los padres y la comunidad a través de reuniones periódicas para discutir temas relevantes y compartir información importante.
- ✓ Establecer canales de retroalimentación para asegurar que todas las partes se sientan escuchadas y apreciadas, como lo es a través de un buzón de sugerencias o un sistema en línea para que los grupos de interés puedan expresar sus opiniones de manera anónima, si así lo desean.
- ✓ Promover activamente el intercambio de ideas y opiniones de manera respetuosa y constructiva en la gestión de situaciones conflictivas y en la adopción de medidas, a través de la planificación y ejecución de encuentros formativos centrados en el desarrollo de destrezas comunicativas eficaces dirigidos a todos los participantes.

**Indicador Empatía:**

- ✓ Desarrollar programas de sensibilización y capacitación para fomentar la empatía entre todos los grupos de interés, a través de programas de tutoría entre estudiantes de diferentes niveles reforzar la empatía y el apoyo mutuo.
- ✓ Fomentar actividades que promuevan la comprensión y el respeto hacia las diferentes perspectivas y realidades de los grupos de interés a través de actividades de

sensibilización sobre temas sociales relevantes, como la diversidad cultural, la inclusión y la igualdad de género.

- ✓ Proporcionar la facilidad de un sistema de apoyo psicológico y emocional para aquellos miembros que lo necesiten.

#### **Indicador Cooperación:**

- ✓ Fomentar la colaboración entre estudiantes, personal docente, administrativo y padres de familia en proyectos y actividades que beneficien a la comunidad, creando grupos de trabajo interdisciplinarios que aborden problemas específicos dentro y fuera del colegio, como la organización de eventos comunitarios o la implementación de proyectos medioambientales.
- ✓ Establecer alianzas estratégicas con instituciones y organizaciones externas para ampliar el impacto de las iniciativas sociales y medioambientales, teniendo en cuenta empresas locales para proporcionar oportunidades de prácticas profesionales o proyectos de aprendizaje - servicio para los estudiantes.
- ✓ Promover la participación en actividades extracurriculares que fomenten el trabajo en equipo y la colaboración, como clubes de servicio o grupos de debate.

#### **Indicador Responsabilidad Social Medioambiental:**

- ✓ Implementar prácticas sostenibles en las operaciones diarias del colegio, como el ahorro de energía, la gestión adecuada de residuos y el fomento de la movilidad sostenible.
- ✓ Integrar la educación ambiental en el currículo escolar y promover actividades que fomenten el cuidado y la conservación del medio ambiente, por medio de un programa de reciclaje en el colegio para educar a los estudiantes sobre la importancia de reducir, reutilizar y reciclar los materiales.

- ✓ Incorporar actividades de jardinería y huertos escolares para enseñar a los estudiantes sobre la importancia de la agricultura sostenible y el respeto por la naturaleza

#### **Indicador Responsabilidad Social Ética:**

- ✓ Promover valores éticos como la honestidad, la integridad y el respeto en todas las actividades y relaciones dentro del colegio, creando un comité de ética que supervise el seguimiento de las actividades del colegio y brinde orientación en situaciones éticamente complejas.
- ✓ Establecer políticas y procedimientos claros para prevenir y abordar cualquier forma de discriminación, acoso o corrupción dentro y fuera de la institución.
- ✓ Celebrar conferencias y talleres que aborden temas éticos fundamentales, como la integridad académica, el respeto a los derechos humanos y la responsabilidad en el uso de la tecnología.

#### **Indicador Responsabilidad Filantrópica:**

- ✓ Fomentar la participación en acciones solidarias y de voluntariado que beneficien a comunidades vulnerables dentro y fuera del entorno escolar, organizando campañas de recolección de alimentos, ropa o juguetes para donar a comunidades desfavorecidas o a organizaciones benéficas locales.
- ✓ Organizar campañas de recaudación de fondos y donaciones para apoyar causas sociales, educativas y de salud.
- ✓ Establecer un fondo de becas para apoyar a estudiantes con recursos económicos limitados y brindarles igualdad de oportunidades educativas.

**Indicador Responsabilidad Social Económica:**

- ✓ Administrar de manera responsable los recursos financieros del colegio, garantizando la transparencia y la eficiencia en el uso de estos.
- ✓ Proporcionar oportunidades de educación financiera para estudiantes, padres y personal, incentivando el ahorro, la inversión responsable y la gestión adecuada del dinero.
- ✓ Concientizar sobre el consumo responsable de productos locales y sostenibles entre los grupos de interés.
- ✓ Establecer prácticas de contratación justas y transparentes, garantizando salarios dignos y condiciones laborales adecuadas para el personal del colegio.

Estos lineamientos pueden servir como base para desarrollar un plan integral de responsabilidad social en la Unidad Educativa Colegio Santo Cristo, a fortalecer su compromiso con la responsabilidad social, promoviendo relaciones de confianza y reciprocidad con todos sus grupos de interés con indicadores de desempeño específicos para evaluar el progreso y el impacto de las acciones implementadas. Es importante involucrar a todos los actores clave en este proceso y mantener un compromiso continuo con la mejora y la excelencia en la práctica de la responsabilidad social.

## REFERENCIAS

- Antelo, Y., & Alfonso, D. (2015). Análisis de la responsabilidad social empresarial basado en un modelo de lógica difusa. *Ingeniería Industrial*, 36(1), 58–69. <https://rii.cujae.edu.cu/index.php/revistaind/article/view/520>.
- Ayala Del Pino, C. (2021). La responsabilidad social corporativa: concepto, ámbito de aplicación, grupos de interés y objetivos. *Revista Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, LIV, 173-198. <https://publicaciones.rcumariacristina.net/AJEE/article/view/462/370>.
- Barriga, H. (2004). Elementos de investigación científica. Ediciones Facultad de Educación. UNMSM. Venezuela.
- Bassi, F. (2016). La importancia de la empatía en la educación. Artículo científico, Instituto Alana/Ashoka, Sao Paulo. Recuperado el 24 de mayo de 2020, de [https://escolastransformadoras.com.br/wp-content/uploads/2017/07/ESCUELASTRANSFORMADORAS\\_Importancia\\_Empatia\\_Educacion.pdf](https://escolastransformadoras.com.br/wp-content/uploads/2017/07/ESCUELASTRANSFORMADORAS_Importancia_Empatia_Educacion.pdf)
- Cajiga, C. Juan, F. (2009). El concepto de responsabilidad social empresarial. *Revista Centro Mexicano para la Filantropía CEMEFI*. [https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto\\_esr.pdf](https://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf).
- Calvo, P. (2020). Ética de la reciprocidad: la dimensión comunicativa y afectiva de la cooperación humana, *Revista de Filosofía Volumen 77 (2020) 67-82*. <https://www.scielo.cl/pdf/rfilosof/v77/0718-4360-rfilosof-77-00067.pdf>
- Cansino, J. y Morales, M. (2008). Responsabilidad social empresarial. Santiago: departamento Control de gestión y Sistemas de Información de la Facultad de Economía y Negocios de la

Universidad de Chile. file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Mis%20documentos/Downloads/53f1a1f50cf23733e815be14%20(1). Pdf

Chistianser, J. (2023). El Principio de reciprocidad de Cialdini: cómo funciona y por qué es poderoso, Guayaquil. <https://es.linkedin.com/pulse/el-principio-de-reciprocidad-cialdini-c%C3%B3mo-funciona-y-juan-jos%C3%A9>

Coleman, J. (1990). Fundamento de la teoría social. Cambridge: Universidad de Harvard.

Conejeros, (2012), El Valor de la confianza en la escuela, Revista de Investigación en Educación 2022. 40-57 Universidad De Vigo. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8453888.pdf>

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2009). Gaceta Oficial Nro. 5908. Caracas, Venezuela.

Cortina, A., (2010). Justicia Cordial. Madrid: Trotta. 149 pp.

Díaz, A. (2005). "El Profesor de educación superior frente a las demandas de los nuevos debates educativos". Perfiles Educativos, 9-30.

Elionzo, M. (1999). Asertividad y escucha activa en el ámbito académico. Editorial Trillas

Espitia, A. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en la mipymes colombianas. Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias, 4(14), 75 – 84. <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215047422008.pdf>.

Fernández, R.(2009). Validez confiabilidad. <http://www.slideshare.net/rosilfer/validez-confiabilidad>

Filippone (2016), Construcción de confianza en entornos online, global Campus Nebrija, <https://www.nebrija.com/medios/nebrijaglobalcampus/2016/05/05/construccion-de-confianza-en-entornos-online/>

- Freeman, (2004). Teoría de los grupos de interés pieza clave para el éxito de la responsabilidad social, vol 6. pág. 120-130. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3980299.pdf>
- García Chacchi, D. V., Ladera-Castañeda, M., Atoche Pacherres, M. Ángel, Medina Sotelo, C. G., Sánchez-Huamán, Y. D., & Atoche Pacherres, C. A. (2024). University Social Responsibility in LatinAmerica: a systematicreview. Salud, Ciencia Y Tecnología, 4, 765. <https://doi.org/10.56294/saludcyt2024765> (Castillo Wuilliam)
- González, V. (2009). Tema 4. <http://www.uv.es/gonzalev/PSICOM.../PSICOM-TEMA%2005-LIKERT.rtf>
- Guzmán, G. (2012). La comunicación asertiva. El termómetro pedagógico, Blog Educativo. 16/12/2012. <https://termometropedagogico.blogspot.com/2012/12/normal-0-21-false-false-false-es-x-none.html>
- Guzmán, K. (2018). La comunicación empática desde la perspectiva de la educación inclusiva. Universidad de Costa Rica, Facultad de educación, Instituto Investigación en Educación. Revista Actualidades Investigativas en Educación. doi:10.15517/aie.v18i3.34211
- Guzmán, V. (2012). Comunicación organizacional. Estado de México. Red TercerMilenio (1ª ed.).
- Hargreaves, A. (2007). Sustainable professional learning communities. En L. Stoll y K.S. Louis (Eds), Professional learning communities: Divergence, depth and dilemmas (pp. 181-195). Open UniversityPress
- Hernández, Fernández y Baptista. (1991). Metodología de la investigación. México. Editorial: McGraw-Hill.

- Hernández, J., López, R., & Caro, O. (2017). Desarrollo de la empatía para mejorar el ambiente escolar. *Educación y ciencia* (21), 228. Recuperado el 18 de mayo de 2020, de [https://revistas.uptc.edu.co/index.php/educacion\\_y\\_ciencia/article/download/9407/7854/](https://revistas.uptc.edu.co/index.php/educacion_y_ciencia/article/download/9407/7854/)
- Huegun Burgos, A. (octubre-diciembre de 2009). La importancia de la empatía en el trabajo del educador. *A tu salud* (66-67), 16. <http://www.alezeia.org/seminarios/wp-content/uploads/la-importancia-de-la-empatia-en-el-educador.-Revista-N-67-68.pdf>
- Jaramillo, A., & Salguero, E. (2017). Aplicaciones de programación neurolinguística y coaching ejecutivo para un plan de Human Performance Technology. Universidad del Pacífico.
- Jiménez, F. (2009). Definición de técnica. <http://www.definicion.de/tecnic/>
- Kerlinger, F. (2005). *Investigación del comportamiento*. Editores, S.A. Caracas, Venezuela.
- Muñoz, A., & Chaves, L. (2013). La empatía: ¿un concepto unívoco? Artículo Científico, Katharsis–Institución Universitaria de Evigado, Colombia. Recuperado el 19 de mayo de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5527454.pdf>
- Navarro Sánchez L. (2016). La Responsabilidad social empresarial: teorías que fundamentan su aplicabilidad en Venezuela *Sapienza organizacional*, vol. 3, núm. 6, pp. 167-186, 2016. [https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/#redalyc\\_553056828011\\_ref2](https://www.redalyc.org/journal/5530/553056828011/html/#redalyc_553056828011_ref2)
- Ostrom, E. (2003). Hacia una teoría del comportamiento que vincule confianza, reciprocidad y reputación. En E. Ostrom y J. Walker (Eds.), *Confianza y reciprocidad: lecciones interdisciplinarias de la investigación experimental* (págs. 19–79). Fundación Russell Sage.
- Peña, J., Weinstein, J. y Raczynski, D. (2018). Construcción y pérdida de la confianza de docentes: Un análisis de incidentes críticos. *Psicoperspectivas. Individuo y Sociedad*, 17(1), 1-13. <https://doi.org/10.5027/psicoperspectivas-Vol17-Issue1-fulltext-1174>

Pérez, A. (2002). Guía metodológica para anteproyectos de investigación. Fondo Editorial de la FEDUPEL. 1 edición. P. 110. Caracas – Venezuela.

Ramírez, D. Solano, K., y Rueda, L. (2023). Responsabilidad social en el ejercicio docente: una perspectiva ética. Revista Venezolana de Gerencia, 28 (102), 665-679.  
<https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.14>.

Ruiz, C. (2002). Instrumentos de investigación educativa. procedimiento para su diseño y validación. CIDEG. Venezuela.

Sabino, C. (1992). El Proceso de investigación. República Bolivariana de Venezuela.  
<https://metodoinvestigacion.wordpress.com/wp-content/uploads/2008/02/el-proceso-de-investigacion-carlos-sabino.pdf>

Sabino, C. (1994). Como hacer una tesis. República Bolivariana de Venezuela. Editorial: Panapo.  
<https://www.utm.mx/~vero0304/ST/Como.Hacer.Una.Tesis.Y.Elaborar.Todo.Tipo.pdf>

Sáenz Giménez, J. (2017). Promoción de la empatía en educación primaria: propuesta de intervención educativa. (p.5). España. Recuperado el Miercoles de 13 de Mayo, de  
<https://gredos.usal.es/>  
[https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/133397/2017\\_TFG\\_Promoci%F3n%20de%20la%20empat%EDa%20en%20Educaci%F3n%20Primaria.%20Propuesta%20de%20intervenci%F3n%20educativa.pdf;jsessionid=663AB499D410AD253DA3A5140CD910C1?sequence=1](https://gredos.usal.es/bitstream/handle/10366/133397/2017_TFG_Promoci%F3n%20de%20la%20empat%EDa%20en%20Educaci%F3n%20Primaria.%20Propuesta%20de%20intervenci%F3n%20educativa.pdf;jsessionid=663AB499D410AD253DA3A5140CD910C1?sequence=1)

Santaella, Jesús, (2023). Responsabilidad social corporativa: ¿Qué es y sus tipos principales?  
<https://economia3.com/responsabilidad-social-corporativa-que-es/>

Selles, J. (2020). Las virtudes humanas según leonardo polo. Eunsa.

- Severino, P., Antúnez, J., Duran, D., y Martí, J. (2022). Responsabilidad social y políticas educativas: Retos para la educación en valores. *Revista Venezolana de Gerencia*, 27 (Especial 8), 1098-1121. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.8.24>.
- Vallaey, F., Solano, D. R., Colquehuanca, R., Schwaib, M. M., Priale, M. Á., y Pérez, M. R. (2018). Diseño en implementación del sistema de responsabilidad social (extensión universitaria y proyección social) para universidades. *Sineace*. <https://repositorio.sineace.gob.pe/repositorio/handle/20.500.12982/6178>
- Vera, S. (2008). *Metodología de la investigación científica*. Lima. Perú.
- Verduzco, A. (2006), “Responsabilidad social empresarial: de la dimensión corporativa a la personal”, *The Anáhuac Journal de la Universidad Anahuac del Sur*, Vol. 6, núm. 1, p. 100-111. México.
- Viñarás, M., Barceló, J. y Rodríguez, J. (2021). El diálogo en la relación con los grupos de interés en la gestión de la RSC y su influencia en la materialidad. *Inclusiones. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales*, 8, 615-635. <https://revistainclusiones.org/index.php/inclu/article/view/2637>.
- Zarcovich, P. (2005). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

**ANEXOS**

**Anexo 1**

Constancias de Validación del Instrumento

**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**VICERRECTORADO ACADÉMICO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Quien Suscribe: Liliana Rivera Artigas, titular de la cédula de identidad No: V-13.048.877 de profesión Ingeniero de Petróleo, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar el instrumento de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación titulada: **RELACIONES DE CONFIANZA Y RECIPROCIDAD PARA LA CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, que presenta la Lcda. Annie Coromoto Molina Duque, titular de la cédula de identidad N°: V-13.763.423 y la Br. Yexi Katherine Mora Quintero, titular de la cédula de identidad N°: V-24.782.290, considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado de los ítems.

En consecuencia, el referido instrumento es válido para los fines previamente establecidos.

Constancia que se expide en la ciudad de Valera, a los 12 días del mes de mayo del año 2024.

Firma

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY  
VICERRECTORADO ACADÉMICO  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES  
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA



**CONSTANCIA DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO**

Quien Suscribe: Lisbett Cabrera ,titular de la cédula de identidad No: V-13.461.549 de profesión Licenciada en Administración de Empresas, hace constar por medio de la presente, que luego de leer, analizar e interpretar el instrumento de recolección de información, elaborado para dar cumplimiento a los objetivos de la investigación titulada: **RELACIONES DE CONFIANZA Y RECIPROCIDAD PARA LA CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, que presenta la Lcda. Annie Coromoto Molina Duque, titular de la cédula de identidad N°: V-13.763.423 y la Br. Yexi Katherine Mora Quintero, titular de la cédula de identidad N°: V-24.782.290, considero que el mismo reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertinencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado de los ítems.

En consecuencia, el referido instrumento es válido para los fines previamente establecidos.

Constancia que se expide en la ciudad de Valera, a los 12 días del mes de junio del año 2024.

Lisbett Cabrera Pabón

V- 13.461.549

## Anexo 2

### Instrumento para la Recolección de Datos

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA**  
**UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES**  
**ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA**



Usted ha sido elegido para completar este cuestionario, el cual busca recopilar datos para el desarrollo de la investigación titulada: **RELACIONES DE CONFIANZA Y RECIPROCIDAD PARA LA CONSOLIDACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, el cual es un requerimiento para optar al título de Licenciado en Contaduría Pública y Licenciado en Administración de Empresas.

La información detallada que usted proporcione será tratada con absoluta confidencialidad y anonimato, garantizando su uso exclusivo para propósitos académicos y de investigación.

Este instrumento consta de 14 ítems de 5 alternativas de respuesta, las cuales se describen a continuación:

Siempre (S), Casi Siempre (CS), A Veces (AV), Casi Nunca (CN), Nunca (N).

**Instrucciones:**

- Tómese el tiempo necesario para leer detenidamente y con atención cada planteamiento antes de proceder a formular su respuesta.
- Elija la opción que más le guste, y marque con una X.
- Asegúrese de seleccionar las respuestas de las preguntas planteadas, mostrando la máxima objetividad y sinceridad en sus respuestas.
- En situaciones donde la incertidumbre se presente, le recomendamos que se acerque y consulte con el encuestador asignado para obtener la información necesaria.

<b>Indicador</b>	<b>Ítems</b>	<b>Descripción</b>	<b>Siempre (S)</b>	<b>Casi Siempre (CS)</b>	<b>A Veces (AV)</b>	<b>Casi Nunca (CN)</b>	<b>Nunca (N)</b>
Comunicación asertiva	1	¿Se mantiene informado de manera oportuna y clara sobre las decisiones y actividades de la organización?					
	2	¿Se siente escuchado y valorado cuando expresa sus opiniones o preocupaciones?					
Empatía	3	¿Considera el impacto de sus decisiones pueden tener en los demás antes de tomarlas?					
	4	¿Hace esfuerzos para ponerse en el lugar de los demás y comprender sus puntos de vista antes de tomar decisiones?					
Cooperación	5	¿Se buscan soluciones conjuntas a los problemas que afectan a los miembros de la institución?					
	6	¿Se comparten recursos y conocimientos entre los miembros de la organización para lograr objetivos comunes?					
Responsabilidad social medioambiental	7	¿La Institución promueve la educación ambiental entre sus empleados y clientes?					
	8	¿La organización apoya iniciativas de conservación ambiental y desarrollo sostenible en la comunidad?					
Responsabilidad social ética	9	¿La Institución aplica principios y valores establecidos en algún código de ética que guía su comportamiento?					
	10	¿La Institución promueve prácticas de transparencia y rendición de cuentas en sus operaciones?					

Responsabilidad filantrópica	11	¿La Institución realiza donaciones o colabora con organizaciones sin fines de lucro que apoyan causas sociales importantes?					
	12	¿La institución promueve el voluntariado entre sus empleados y ofrece oportunidades para que participen en actividades de apoyo a la comunidad?					
Responsabilidad económica	13	¿La Institución contribuye al desarrollo económico de la región a través de iniciativas de desarrollo local?					
	14	¿La Institución busca generar un impacto económico positivo en la comunidad con el desarrollo de iniciativas de emprendimiento?					

**Nota:** Instrumento de recolección de datos

Fuente: Elaboración propia (2024)

Anexo 3

Estadística Alfa de Cronbach

Ítems	¿Se mantiene informado de manera oportuna y clara sobre las decisiones y actividades de la organización?	¿Se siente escuchado y valorado cuando expresa sus opiniones o preocupaciones?	¿Considera el impacto de sus decisiones pueden tener en los demás antes de tomarlas?	¿Hace esfuerzos para ponerse en el lugar de los demás y comprender sus puntos de vista antes de tomar decisiones?	¿Se buscan soluciones conjuntas a los problemas que afectan a los miembros de la institución?	¿Se comparten recursos y conocimientos entre los miembros de la organización para lograr objetivos comunes?	¿La Institución promueve la educación ambiental entre sus empleados y clientes?	¿La organización apoya iniciativas de conservación ambiental y desarrollo sostenible en la comunidad?	¿La Institución aplica principios y valores establecidos en algún código de ética que guía su comportamiento?	¿La Institución promueve prácticas de transparencia y rendición de cuentas en sus operaciones?	¿La Institución realiza donaciones o colabora con organizaciones sin fines de lucro que apoyan causas sociales importantes?	¿La institución promueve el voluntariado entre sus empleados y ofrece oportunidades para que participen en actividades de apoyo a la comunidad?	¿La Institución contribuye al desarrollo económico de la región a través de iniciativas de desarrollo local?	¿La Institución busca generar un impacto económico positivo en la comunidad con el desarrollo de iniciativas de emprendimiento?	Total
1	1	1	3	3	3	4	3	2	2	4	4	3	4	3	40
2	4	4	4	3	4	3	1	2	1	2	1	4	1	1	35
3	5	3	3	1	3	4	3	1	2	4	3	1	5	3	41
4	3	2	1	5	4	3	2	3	3	1	2	3	4	2	38
5	2	4	4	3	1	5	4	3	2	5	1	5	4	3	46
6	4	3	3	5	3	4	4	1	4	5	3	4	2	1	46
7	3	4	1	1	4	1	2	3	2	4	5	3	5	4	42
8	1	2	2	3	1	4	3	4	3	5	1	5	4	5	43
9	4	3	4	2	3	2	2	1	1	3	4	4	2	4	39
10	3	5	5	5	4	3	4	3	4	4	2	4	4	3	53
11	2	4	2	3	2	4	1	3	3	2	5	2	3	2	38
12	4	1	5	2	3	2	3	1	4	5	5	5	5	4	49
13	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	55
14	3	5	4	3	2	4	5	5	3	3	3	4	3	5	52
15	5	3	2	2	5	1	3	5	1	4	5	5	5	2	48
16	4	5	5	4	5	5	5	2	4	2	4	4	4	4	57
17	4	3	4	4	4	2	5	4	3	4	4	5	5	5	56
18	5	5	5	4	2	4	1	2	5	4	5	4	5	4	55
19	4	3	3	5	5	3	3	4	3	5	4	1	5	5	53
20	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	64
<b>TOTAL</b>	1.45	1.41	1.53	1.63	1.53	1.43	1.73	1.79	1.60	1.39	1.85	1.49	1.35	1.53	59.65

Alternativas	Valor
Siempre	1
Casi Siempre	2
A Veces	3
Casi Nunca	4
Nunca	5

DATOS:	
$\alpha$	0.69
K	14
$\sum S_i^2$	21.69
$S_T^2$	59.65

Formula General.

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left| 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_T^2} \right|$$

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

**Nota:** Calculo de la Estadística Alfa de Cronbach

Fuente: Elaboración propia (2024)