

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



DISEÑO DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO EN SUSTENTABILIDAD
PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA EMPRESA
OSMARY MAKEUP STUDIO BY OSMARY GARCÍA F.P.

Presentado por:

BR. GARCÍA SÁNCHEZ OSMARY ALEXANDRA

C.I 11. 27.566.869

BR. DANYELY PAOLA DÍAZ GÓMEZ

C.I 30.351.714

TRUJILLO, 2025

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



DISEÑO DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO EN SUSTENTABILIDAD
PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA EMPRESA
OSMARY MAKEUP STUDIO BY OSMARY GARCÍA F.P.

Trabajo presentado como requisito para optar al título de Licenciado en
Contaduría Publica

Presentado por:

BR. GARCÍA SÁNCHEZ OSMARY ALEXANDRA

C.I 11. 27.566.869

BR. DANYELY PAOLA DÍAZ GÓMEZ

C.I 30.351.714

TUTOR

ABG. ESP. LII ELENA RUIZ TORRES

TRUJILLO, 2025

DEDICATORIA

A Dios, por ser nuestra guía espiritual, por darnos la fortaleza necesaria para seguir adelante y permitirnos alcanzar esta meta tan anhelada. Por iluminar nuestro camino en los momentos más difíciles y bendecirnos con la sabiduría para culminar esta etapa académica.

A nuestros padres, por ser el pilar fundamental de nuestras vidas, por su amor incondicional y apoyo constante. Sus sacrificios y enseñanzas han sido la base de nuestros logros. Este triunfo también es de ustedes.

A nuestras familias, por su paciencia, comprensión y apoyo incondicional durante todo este proceso.

A nuestros compañeros de estudio, por los momentos compartidos, el apoyo mutuo y la amistad que forjamos durante esta etapa. Juntos aprendimos que el trabajo en equipo y la solidaridad son fundamentales para alcanzar nuestras metas.

A todos ustedes, dedicamos este trabajo con profundo amor y gratitud.

Osmary y Danyely

AGRADECIMIENTO

A Dios y María Santísima, por permitirnos alcanzar este logro

A la Universidad Valle del Momboy institución que nos ha brindado una formación profesional de excelencia. Los conocimientos y experiencias adquiridos en sus aulas han sido la base para nuestro desarrollo académico y profesional.

A la Abg. Esp. Lii Elena Ruíz Torres, quien como tutora nos ha guiado con dedicación y sabiduría a lo largo de este camino académico. Su orientación y consejos han sido pilares fundamentales para la culminación exitosa de esta tesis.

A la Empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P, que nos permitió realizar esta investigación.

A todos ustedes, mi eterno agradecimiento.

Osmary y Danyely



VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES

VEREDICTO

Nosotros, Prof. Yuley García, Prof. Belkis Abreu y Prof. Lii Elena Ruiz, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO EN SUSTENTABILIDAD PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA EMPRESA OSMARY MAKEUP STUDIO BY OSMARY GARCÍA F.P.**, que presenta la Br. **DIAZ GÓMEZ, DANYELY PAOLA**, portadora de la C.I. No. **30.351.714**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente la 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 veinticinco (25) días del mes de Noviembre del año dos mil veinticinco.

Prof. Belkis Abreu
C.I. 13.050.571
JURADO

Prof. Lii Elena Ruiz
C.I. 16.664.506
TUTOR

Prof. Yuley García
C.I. 8.087.687
PRESIDENTE DEL JURADO



Prof. Héctor Antúnez
C.I. 9.364.278
DECANO

Prof. Walevka López
C.I. 10.104.896
VICERRECTORA ACADÉMICA



+58 412 2263605



www.uvm.edu.ve



universidadvalledelmomboy@uvm.edu.ve





VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS ADMINISTRATIVAS Y GERENCIALES


VEREDICTO

Nosotros, Prof. Yuley García, Prof. Belkis Abreu y Prof. Lii Elena Ruiz, designados como miembros del Jurado Examinador del Trabajo Especial de Grado titulado **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO EN SUSTENTABILIDAD PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA EMPRESA OSMARY MAKEUP STUDIO BY OSMARY GARCÍA F.P.**, que presenta la Br. **GARCÍA SÁNCHEZ, OSMARY ALEXANDRA**, portadora de la C.I. No. **27.566.869**, nos hemos reunido para revisar dicho trabajo y después de la presentación, defensa e interrogatorio correspondiente la hemos calificado con **veinte (20) puntos**, de acuerdo con las normas vigentes dictadas por el Consejo Universitario de la Universidad Valle del Mombuy, 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 veinticinco (25) días del mes de Noviembre del año dos mil veinticinco.


 Prof. Belkis Abreu
 C.I. 13.050.571
 JURADO


 Prof. Lii Elena Ruiz
 C.I. 16.664.506
 TUTOR


 Prof. Yuley García
 C.I. 8.087.687
 PRESIDENTE DEL JURADO


 Prof. Héctor Antúnez
 C.I. 9.364.278
 DECANO


 Prof. Walevska López
 C.I. 10.104.896
 VICERRECTORA ACADÉMICA

RESÚMEN

El objetivo se condujo a proponer un programa de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P. En lo metodológico, consideró el enfoque cualitativo, el tipo de investigación corresponde a una Investigación Básica, diseño no experimental, nivel descriptivo. Empleó la entrevista y como instrumento una Guía de Entrevista semiestructurada (15) ítems. El Escenario de Estudio fue la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P. y los participantes 03 (tres) profesionales: una (01) dueña y gerente; un (01) administrador; y un (01) contadores pertenecientes a la empresa. Los resultados develan que uno de los hallazgos relevantes se concentra en la determinación de los principios empresariales de sustentabilidad que permitieron conocer la presencia de una naciente, pero a su vez creciente visión de la sustentabilidad, vista no solo como un proceso que compromete lo financiero, sino que también concentra su interés en lo social, lo ambiental y todo aquello trasciende lo monetario. Conocidos los resultados se derivó el aporte propositivo de un plan de estrategias de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto de la empresa, lo cual resulta fundamental para fomentar las nuevas visiones y valores que en la actualidad demanda la sociedad de sus empresas.

Palabras Claves: Programa, Sustentabilidad, personal, administrativo.

ABSTRACT

The purpose was to propose a sustainability development program adapted to the context of the administrative staff of the company Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P. Methodologically, it considered a qualitative approach, with the type of research corresponding to basic research, non-experimental design, and descriptive level. Interviews were used as the research tool, with a semi-structured interview guide (15 items). The study setting was the company Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., and the participants were three professionals: one owner and manager, one administrator, and one accountant belonging to the company. The results reveal that one of the relevant findings focuses on the determination of the business principles of sustainability that allowed us to identify the presence of a nascent but growing vision of sustainability, seen not only as a process that involves financial aspects, but also focuses on social and environmental issues and everything that transcends the monetary. Once the results were known, a proactive contribution was derived from a development strategy plan for sustainability adapted to the company's context, which is fundamental to promoting the new visions and values that society currently demands from its companies.

Keywords: Program, Sustainability, Personnel, Administrative.

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
RESÚMEN	7
ABSTRACT.....	8
ÍNDICE DE CONTENIDO	9
ÍNDICE DE TABLAS	12
ÍNDICE DE FIGURAS.....	13
ÍNDICE DE ANEXOS	14
INTRODUCCIÓN	15
CAPÍTULO I	17
EL PROBLEMA.....	17
1.1 Contextualización del Problema	17
1.2 Formulación del Problema.....	21
1.2.1 Problema Principal	21
1.2.2 Problemas Secundarios	21
1.3 Objetivos de la Investigación	21
1.3.2 Objetivo General.....	21
1.3.3 Objetivos Específicos	21
1.4 Justificación e Importancia del Estudio	22
1.4.1 Justificación Teórica.....	22
1.4.2 Justificación Metodológica	22
1.4.3 Justificación Práctica	22

	10
1.4.4. <i>Justificación Social</i>	23
1.4.5. <i>Justificación Económica</i>	23
1.4.6. <i>Justificación Ambiental</i>	23
1.5 Alcances y Limitaciones	23
1.5.1 <i>Alcances</i>	23
1.5.2 <i>Limitaciones</i>	24
1.6 Vinculación con el Proyecto Institucional de Desarrollo Humano Sustentable.	24
1.7. Impacto Esperado.....	25
CAPÍTULO II.....	26
MARCO TEÓRICO.....	26
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	26
2.2. Bases Teóricas	28
2.3. Bases Legales.....	43
2.4. Definición de términos básicos.....	46
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	47
3.1. Tipo y Diseño de Investigación	47
3.2. Escenario de Estudio.....	48
3.3. Participantes.....	49
3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	50
3.4. Procedimiento metodológico	50
3.5. Rigor científico	51
3.6. Método de análisis de datos	52
3.7 Aspectos éticos.....	53

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS HALLAZGOS.....	54
4.1. Discusión de Hallazgos.....	83
4.2. Vinculación con Objetivos Institucionales	86
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	89
5.1. Conclusiones.....	89
5.2. Recomendaciones	93
5.3. Líneas Futuras de Investigación.....	95
CAPÍTULO VI. LA PROPUESTA	96
6.1. Introducción.....	96
6.2 Fundamentación Teórica y Conceptual de la Propuesta.....	96
6.3 Objetivos de la Propuesta.....	98
6.4 Descripción de la Propuesta.....	98
6.5 Factibilidad de la Propuesta	103
6.6 Evaluación e Implementación de la Propuesta	104
6.7 Conclusión del Capítulo.....	104
ANEXOS	106
LISTA BIBLIOGRÁFICA	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Sistema de Categorías	45
Tabla 2. Estrategias para la mejora de los procesos empresariales.....	100
Tabla 3. Estrategias desde el foco ambiental.	101
Tabla 4. Estrategias sobre prácticas de sustentabilidad y participación corresponsable	102

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Indicador. Visión.....	56
Figura 2. Indicador. Valor	58
Figura 3. Indicador. Pilar Ecológico.....	60
Figura 4. Indicador Pilar Social	62
Figura 5. Indicador. Pilar Económico.....	64
Figura 6. Indicador. Rol de Alta Dirección.....	66
Figura 7. Indicador. Definir Prioridades	68
Figura 8. Indicador. Definir Responsabilidades	70
Figura 9. Indicador: Incorporar los ODS	72
Figura 10. Indicador: Comunicar y Reportar	74
Figura 11. Indicador Formación Interna	75
Figura 12. Indicador Costos Elevados	77
Figura 13. Indicador Falta de regulación.	79
Figura 14. Indicador Resistencia al cambio.....	80
Figura 15. Indicador Impacto Ambiental.....	82
Figura 16. Estructura del Programa Propuesto.	99
Figura 17. Cronograma	104

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Instrumento Aplicado.....	106
Anexo 2. Validaciones de Expertos.....	109
Anexo 3. Carta de Aprobación del Tutor.....	112

INTRODUCCIÓN

La creciente conciencia global sobre la sostenibilidad ha ido más allá de las grandes corporaciones, convirtiéndose en un imperativo estratégico para todas las organizaciones, incluidas las pequeñas y medianas empresas (PYMES) en el sector de servicios y belleza, como Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P. Tradicionalmente, la sostenibilidad se ha enfocado en el impacto ambiental y económico, pero su dimensión social especialmente el desarrollo del capital humano es esencial para su implementación efectiva.

En el contexto actual de Venezuela, donde es crucial optimizar recursos y fortalecer el compromiso organizacional, es fundamental que el personal administrativo cuente con las habilidades y la conciencia necesarias para integrar principios sostenibles en su trabajo diario. Sin embargo, se ha identificado una falta de capacitación formal en este ámbito, lo que limita la capacidad de estos empleados para contribuir de manera proactiva a los objetivos de sostenibilidad de la organización. Ante esta situación, esta investigación se centra en la necesidad de diseñar una intervención formativa adecuada.

En respuesta a la problemática que se ha identificado, el objetivo principal de la investigación es proponer un programa de desarrollo en sustentabilidad que se adapte al contexto del personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P. Para alcanzar este objetivo de diseño e innovación conceptual, la investigación se basa en un enfoque cualitativo y se clasifica como Investigación Básica, con el fin de generar un conocimiento y una comprensión más profunda sobre las necesidades de formación del personal. Se eligió un diseño no experimental, lo que significa que no se manipulan intencionalmente las variables, sino que se observa y analiza la realidad tal como se presenta. La recolección de datos se realizó a través de entrevistas, utilizando una Guía de Entrevista semiestructurada como herramienta. Esta

metodología permitió obtener información rica y contextualizada directamente de los participantes, sirviendo como base empírica para la propuesta del programa de desarrollo.

El presente trabajo de grado se estructura en los siguientes capítulos:

Capítulo I. El Problema, Contextualización del Problema, Formulación del Problema, Problema Principal, Problemas Secundarios, Objetivos de la Investigación, Objetivo General, Objetivos Específicos, Justificación e Importancia del Estudio, Alcances y Limitaciones, Vinculación con el Proyecto Institucional de Desarrollo Humano Sustentable e Impacto Esperado.

Capítulo II. Marco Teórico, Antecedentes de la Investigación, Bases Teóricas, Bases Legales y Definición de términos básicos.

Capítulo III. Marco Metodológico, Tipo y Diseño de Investigación, Escenario de Estudio, Participantes, Técnicas e instrumentos de recolección de datos, Procedimiento metodológico, Rigor científico, Método de análisis de datos, Aspectos éticos.

Capítulo IV. Análisis y Presentación de los Hallazgos, Discusión de Hallazgos, Vinculación con Objetivos Institucionales.

Capítulo V. Conclusiones y Recomendaciones, Líneas Futuras de Investigación.

Capítulo VI. La Propuesta, Introducción, Fundamentación Teórica y Conceptual de la Propuesta, Objetivos de la Propuesta, Descripción de la Propuesta, Factibilidad de la Propuesta, Evaluación e Implementación de la Propuesta y Conclusión del Capítulo. Finalmente, se presentan las referencias bibliográficas y los anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Contextualización del Problema

En el plano mundial, la sustentabilidad se ha convertido en el principal pilar del desarrollo en la medida que se asienta en la consideración de un enfoque integral que toma en consideración los desafíos ambientales junto a las necesidades de desarrollo económico, en una conjunción que se muestra como la más válida para enfrentar las ausencias y emergencias presentes ahora. Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU;2024), se propone un conjunto de metas ambiciosas y medibles para 2030, buscando un desarrollo sustentable que integre lo económico, la inserción social, y lo ambiental.

La intención responde a los principales problemas que afectan el mundo patentizado en cambio climático, menoscabo de la biodiversidad, desigualdad social, la pobreza, contaminación, la superpoblación y mala gestión de residuos, entre otros. Sin duda, estos problemas resultan comunes a la humanidad y ameritan respuestas integrales, que contribuyan a definir un mejor panorama general. (CEPAL;2023). Esta realidad impacta en todas las organizaciones y perturba directamente al ámbito empresarial, lo cual motiva la urgencia de indagar desde estos espacios productivos, a fin de conocer las nuevas realidades que definen su desempeño de cara al desarrollo sustentable.

Ahora bien, Venezuela, según datos revelados en la IV Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial (2024), a pesar de evidenciar cierto progreso en el compromiso de algunas empresas y gerentes para invertir en el diseño y la implementación de iniciativas sociales, no se puede negar que hay una parte del sector empresarial venezolano que aún no ha adoptado completamente un enfoque en sustentabilidad.

Esto es especialmente cierto en las pequeñas y medianas empresas, donde muchos dueños todavía ven la sostenibilidad como un gasto en lugar de una inversión. Otros optan por respaldar acciones sociales con un enfoque más filantrópico, ya que suelen ser menos costosas o porque carecen de la orientación y el personal especializado necesario para diseñar y ejecutar proyectos centrados en la sostenibilidad.

Sin embargo, desde una perspectiva institucional, las organizaciones gremiales que representan a los empresarios a nivel nacional, como Federación de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción de Venezuela. (FEDECAMARAS), manifiestan en documentos públicos su apoyo a las ideas sobre el desarrollo sostenible. Además, han elaborado propuestas para alcanzar la sostenibilidad empresarial en los ámbitos institucional, económico, social y ambiental. (FEDECAMARAS;2017).

En Táchira, se repiten los desafíos nacionales mostrados en esta crisis nacional y se expresan en la poca importancia que se otorga a la sustentabilidad en un escenario dentro del cual han surgido numerosas iniciativas enmarcadas como Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes), en el sector de la cosmética; pero que en su mayoría no consideran ni le han dado prioridad a la sustentabilidad en su filosofía de gestión ni en la praxis empresarial, descuidando los intereses del colectivo y las demandas mundiales que sobre este tema emergen. (I Censo Regional Emprendamos Juntos; 2023).

De tal manera, se revela la situación que desfavorece la consolidación de este tipo de empresas, al descuidarse la planificación desde la perspectiva de la gerencia moderna. También se deja de lado la consideración de los aspectos sociales y ambientales, que, en tiempos de crisis y recesión económica, como la que se vive actualmente, deben ser considerados para estar a tono con los nuevos compromisos a nivel empresarial.

En cuanto a la situación productiva actual interesa mostrar los resultados revelados por Ramírez (2024), en su investigación sobre la caracterización de quienes emprenden en el estado Táchira, revelándose que el 26% lo hacen en el sector de la cosmética. De tal manera, se revela un espacio productivo naciente y con amplias posibilidades de crecimiento; pero inicialmente son movidos por la necesidad de paliar la crisis económica, razón que implica cierta improvisación en cuanto a los procesos administrativos, gerenciales y económicos que realizan y el escaso conocimiento que poseen acerca de las nuevas realidades empresariales, orientadas a la sustentabilidad.

La dinámica productiva se ve afectada por dificultades entre las que cuentan: limitado acceso a financiamiento, escasez de proveedores que consideren productos ecológicos, inestabilidad económica del país. Además, la infraestructura de reciclaje en Venezuela es bastante deficiente, lo que dificulta la correcta disposición de envases, productos caducados y otros residuos derivados. Además, a menudo se prioriza el interés económico sobre las prácticas sustentables.

En el sector cosmético suele existir una gran cantidad de negocios informales que no cumplen con ninguna normativa de sustentabilidad, lo que genera una competencia desleal para las empresas formalizadas. También hay regulaciones inadecuadas en cuanto a licencias, entre otros aspectos que limitan el desempeño técnico y comercial de este tipo de negocios en el contexto local.

El principal impacto socioeconómico, se evidencia es mostrado por el Observatorio de la Confederación Venezolana de Industriales (2017), donde se refiere que se asocia al empleo y autoempleo ya que este sector incluye desde profesionales altamente calificados hasta roles de apoyo. De manera indirecta, se ofrecen oportunidades a fabricantes y distribuidores de productos,

proveedores de mobiliario y equipos, empresas de marketing y publicidad, así como servicios de limpieza y seguridad, entre otros.

De allí, que la articulación de un tejido social productivo en surgimiento, dinamiza la economía y representa nuevas formas de ingreso; no obstante, estos negocios también llegan a verse afectados por la situación país, el pago de tributos elevados, la escasa formación en materia administrativa y los desafíos generales de la economía nacional, que en el estado Táchira se recrudecen debido a condiciones particulares, como ser una región fronteriza y al sistema de libre circulación de monedas.

Sin olvidar las circunstancias problemáticas que se han descrito, también cabe destacar que el estado Táchira conserva diversas oportunidades que le hacen ser percibido como un escenario con potencialidades que resultan aprovechables, entre estas: la singular geografía andina, su potencial agrícola, la proximidad a la frontera colombiana, abundante riqueza natural, lo cual ofrece una variedad de oportunidades que aún no se han aprovechado para el desarrollo sustentable.

Así, se selecciona por su interés investigativo a la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., la cual posee recursos materiales, como capital humano, para potenciar el desarrollo sostenible de la misma. Para lograrlo es prioritario contar con una visión a largo plazo, inversiones continuas, capacitación adecuada y un compromiso real de todos los involucrados para convertir estas oportunidades en logros concretos. Sin embargo, estas ventajas no se han consolidado por desequilibrio acentuado financieramente en la localidad, la burocracia que frena los proyectos de inversión social, alta competencia y la falta de un programa de desarrollo en sustentabilidad para el personal administrativo en la empresa, lo cual obstaculiza las mayores oportunidades.

1.2 Formulación del Problema

1.2.1 Problema Principal

¿Cómo diseñar un programa de desarrollo en sustentabilidad para el personal administrativo en la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.?

1.2.2 Problemas Secundarios

¿Qué percepciones posee el personal administrativo acerca de la aplicación de los pilares de la sustentabilidad en la gestión de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.?

¿Cuáles son las principales barreras y oportunidades que percibe el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., para la implementación de prácticas sustentables en la gestión de la empresa?

¿Cuáles serán las estrategias adecuadas para la conformación de un programa de desarrollo en sustentabilidad efectivo para el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.?

1.3 Objetivos de la Investigación

1.3.2 Objetivo General

Proponer un programa de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

1.3.3 Objetivos Específicos

Diagnosticar desde las percepciones del personal administrativo la aplicación de los pilares de la sustentabilidad en la gestión de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

Identificar las principales barreras y oportunidades que percibe el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., para la implementación de prácticas sustentables en la gestión de la empresa.

Diseñar estrategias para la conformación de un programa de desarrollo en sustentabilidad efectivo para el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

1.4 Justificación e Importancia del Estudio

El estudio es justificado debido al auge de la empresa cosmética desde la preferencia del mercado actual. Por tanto, es relevante al apuntar a la obtención de hallazgos que admitan vislumbrar el alcance de iniciativas administrativas que necesariamente deben considerar la sustentabilidad, como vía para impactar favorablemente en la dinámica mundial hasta lo local.

1.4.1 Justificación Teórica

Conserva notabilidad en lo teórico, ya que se explica en diversas teorías sobre el desarrollo de sustentabilidad por documentos y autores como el Informe Brundtland, los objetivos de la Agenda 2030, Calvente (2017) y su visión de sustentabilidad, así como los pilares esbozados por Diaz (2018), que en su conjunto suma al conocimiento de quienes investigan y otros interesados en saber acerca del tema tratado.

1.4.2 Justificación Metodológica

En procesos metodológicos, los elementos operativos de la investigación cuentan como pilares cardinales sean cualquiera de las variables en estudio. En este contexto, se manejarán métodos e instrumentos correctos para la recopilación de datos, los cuales pueden ser traídos a otras escenas afines.

1.4.3 Justificación Práctica

En términos prácticos, aspira a formular una solución que habilite a la compañía Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., para fomentar el desarrollo sustentable acorde al entorno del personal administrativo, con el objetivo de potenciar la visión conjunta de la organización, mientras se traduce en ventajas para la comunidad.

1.4.4. Justificación Social

Desde un enfoque social, se buscará fomentar una comprensión profunda del conocimiento que beneficie a la empresa; pero también a la comunidad, promoviendo el compromiso, la responsabilidad social y la conciencia ambiental. Esto abarca procesos relacionados con la sustentabilidad en tiempos de cambio y dinamismo.

1.4.5. Justificación Económica.

Se encamina a facilitar la reducción de los costos operativos a largo plazo, la diversificación de la economía local al surgir nuevas fuentes de empleo y al aumento de las ventajas competitivas, debido a que tener empresas contestes con lo sustentable, promueve el mayor desarrollo.

1.4.6. Justificación Ambiental

Propende esta investigación a la menor generación de residuos que acaban en vertederos, asimismo se incentiva la búsqueda de proveedores que manejan empaques y productos más sostenibles, para dar respuesta a uno de los reclamos que más se le hace a la empresa cosmética.

1.5 Alcances y Limitaciones

1.5.1 Alcances

La indagación se cumplirá en la empresa en la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., con sede en el municipio San Cristóbal, del Táchira. El trabajo se encauza a diseñar un programa de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo que promueva la integración de prácticas sustentables en sus funciones diarias y en la cultura organizacional. Se desarrollará durante un ciclo temporal de siete (07) meses de investigación. En lo poblacional considera directamente a los profesionales que ejercen labores administrativas y

gerenciales en la empresa. Centrándose en la temática de la función gerencial y administrativa de la empresa de cara a la sustentabilidad.

1.5.2. Limitaciones

La principal limitante de este estudio radica en la vigencia de los hallazgos, que alcanzan ser válidos solo para este momento específico. Con el tiempo, estas resultas pueden pasar de un extremo a otro debido a la naturaleza tan dinámica del mercado nacional en Venezuela. Esto implica que la indagación en empresas como Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., deben actualizarse y adaptarse ágilmente, en función del comportamiento de los mercados.

1.6 Vinculación con el Proyecto Institucional de Desarrollo Humano Sustentable.

El estudio emprendido posee amplia relación con la sustentabilidad al centrarse en esta empresa del área cosmética. A tal fin, se permite a sus miembros desarrollar una visión renovada desde sus inicios, que redundan en beneficios individuales y colectivos. Se enmarca en el desarrollo humano, al apuntalar la adquisición de surgentes conocimientos y habilidades en el personal administrativo, se crean oportunidades de empleo y liderazgo social., al tiempo que anuncia mejoras en el nivel de ingreso.

Cobra valor la sustentabilidad, como constructo que, en lo económico, facilita reducir los costos operativos y mejora la rentabilidad. Socialmente, fomenta una cultura de responsabilidad social y eleva el nivel de conciencia ambiental del personal y clientes. Posee conexión con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, específicamente, el ODS 3: Salud y Bienestar, el ODS 4: Educación de Calidad, ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico, ODS 12: Producción y consumo responsables y el ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos desde su generalidad.

Se sitúa dentro de la actividad institucional impulsada por la UVM, que fomenta la integración académica tan imprescindible para materializar las iniciativas de negocio que emergen

en el ámbito local, tal como es el caso en análisis. Igualmente, se fortalece la conexión regional a través de la creación de vínculos importantes entre la academia y las necesidades específicas del estado Táchira, lo que corrobora la efectividad y eficacia de las mediaciones universitarias.

1.7 1.7. Impacto Esperado

Se aspira consolidar la conciencia y el conocimiento del personal administrativo de la empresa sobre los principios y prácticas de sustentabilidad logrando impactar en la imagen corporativa de Osmar Makeup Studio By Osmar García F.P.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El marco teórico para Tamayo y Tamayo (2012, p 34), compone el tema de la investigación con las teorías, enfoques teóricos, estudios y antecedentes conexos con el problema. De allí, que su fin es suministrar un compendio ordenado y coherente de conceptos y construcciones que permiten comprender la temática. Esta visión aspira comprende lo relativo al desarrollo en sustentabilidad como proceso adaptable a todas las empresas, lo cual incluye las dedicadas al ramo de la cosmética. Se integra por los antecedentes revisados, teorías consultadas, bases legales, términos destacados y operacionalización de variables.

2.1. Antecedentes de la Investigación

Este segmento del trabajo presenta los antecedentes seleccionados debido a su relevancia en el estudio. Con el fin de facilitar el razonamiento, se ha anticipado aquellos más recientes que se alinean con las tendencias actuales en la generación de conocimientos sobre el desarrollo sustentable empresarial.

Martínez (2021), realizó para la Universidad Pontificia en Madrid, el trabajo intitulado: “La sustentabilidad aplicada a la industria cosmética”, el objetivo fue analizar las percepciones del consumidor en cuanto a las prácticas sostenibles en la Empresa Cosmética Beauty. Se llevó un estudio empírico de carácter cuantitativo consistente en la elaboración, distribución y análisis de una encuesta dirigida a mujeres mayores de 18 años. Se evaluó el impacto de ciertos atributos como sellos ecológicos o imágenes de principios naturales en el envase de un producto cosmético.

Las encuestas se han realizado en formato online mediante Google Forms, así como el posterior análisis de datos a través de la descarga de las respuestas en un documento Excel. Los

resultados indican que el consumidor actual demanda de empresas y marcas productos sustentables, que sean respetuosos con el medio ambiente y por supuesto, si se trata de productos cosméticos, que cuiden y respeten su salud.

Desde una perspectiva teórica, es un insumo relevante al considerar que el concepto de sustentabilidad es interesante y actual; motiva orientar las acciones empresariales hacia nuevas visiones que promuevan un mayor compromiso colectivo con el desarrollo humano, lo cual se relaciona con el actual estudio.

Sonsoles (2021), indagó para la Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Perú, sobre: “Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la metodología SDG Compass en la industria de la belleza”. En 2015 las Naciones Unidas dejan a un lado los Objetivos del Milenio (ODM) y se embarcan en crear una nueva hoja de ruta para conseguir un mundo sustentable y mejor: Esta destinado a analizar cómo algunas empresas de la industria de la belleza aplican los ODS a su estrategia empresarial. En lo metodológico, es de enfoque cuantitativo, diseño no experimental y nivel descriptivo. Uso la encuesta y como instrumento un cuestionario. Los resultados develan la consideración de acciones que consideran lo ambiental, social y ético, superando lo solo financiero.

En el ámbito de las relaciones, el antecedente ofrece fundamentos teóricos que también se tendrán en cuenta en este proyecto, al explorar un nuevo rol para las empresas en el contexto de lo sustentable como un objetivo compartido. No importa lo que se haga en el mundo empresarial, si no se considera a la humanidad en el proceso, no tendrá un impacto significativo.

Guerrero C. (2022), en la Universidad de Carabobo en Valencia, adelantó su trabajo para optar al grado de Licenciado en Contaduría con el título: Evaluación Financiera de los Proyectos de Responsabilidad Social Empresarial en una Empresa Agroindustrial. Se conduce bajo el estudio

cuantitativo, para dejar recursos a la organización, para dar contestación a las nuevas necesidades que enfrentan en lo social. Se concluyó sobre el poco conocimiento de la función social empresarial, encomendándose fórmulas de intervención.

Se visiona relacionamientos al considerar similares posturas metodológicas. Tomando elementos reveladores que recogen mismas perspectivas con los considerados en esta investigación.

Méndez (2023) indagó para la Universidad Valle del Momboy (UVM), sobre: Capital Social y Desarrollo Sustentable en Metrópolis Andina C.A., donde aborda analizar el capital social para respaldo de empresas de carácter nacional e internacional con énfasis en lo financiero y ambiental. Este es un estudio de diseño de campo, tipo descriptivo. La población se compone de 20 empleados seleccionados a través de un censo, todos con roles gerenciales. Los datos indican que el desarrollo puede ser impulsado mediante dinámicas relacionales que fomenten la creación de vínculos de apoyo, ayudando a superar las limitaciones de los espacios locales.

Su conexión se basa en las crecientes demandas de la población, donde la metodología financiera se muestra útil para integrar la colaboración colectiva y enfrentar los desafíos que surgen, exigiendo nuevas formas de generar oportunidades. La manera más efectiva de lograrlo es a través de la sustentabilidad.

2.2. Bases Teóricas

Según Balestrini (2001, p.139), las bases teóricas son propuestas conceptuales que cimentan y exponen aspectos significativos del tema y sirven para asentarlos en un campo concreto del saber. En este caso, desarrolla las variables declaradas y que explican lo concerniente a la sustentabilidad desde sus pilares y las principales barreras y oportunidades percibidas en el área administrativa empresarial.

La Sustentabilidad desde los Principios que Determinan la Visión y Valor Empresarial.

En este apartado se analiza y estudia el concepto de sustentabilidad, así como la relevancia que tiene para el despliegue de las tareas administrativas empresariales. Conviene comenzar por la conceptualización del Informe Brundtland, “El desarrollo sustentable satisface las necesidades actuales sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones de satisfacer sus propias necesidades” (Naciones Unidas, 1987, p. 59). Por tanto, se trata de ver el consumo y la producción desde una perspectiva sustentable que no ponga en riesgo las necesidades de generaciones futuras. Siguiendo a estos dos autores, esta perspectiva del desarrollo sustentable tiene dos vertientes según Peattie & Charter (2003, p. 728):

(a) El uso de recursos naturales debe hacerse a un ritmo que permita a los sistemas medioambientales o a la actividad humana reponerlos. En el caso de los recursos no renovables, esto significa utilizarlos a una velocidad que permita su reemplazo por alternativas renovables.

(b) Que la contaminación y los residuos se generen a un ritmo que puedan ser absorbidos por los sistemas ambientales sin que les perjudique.

Se presenta una gran oportunidad para gestionar las empresas de manera más integral, considerando aspectos ambientales, sociales y éticos. Esto es fundamental para promover un intercambio comercial que beneficie a todas las partes involucradas. Es crucial que tanto la empresa como los grupos de interés saquen provecho de este tipo de intercambio. Sustentabilidad según Calvente (2017), “es referido al conjunto de prácticas que nos permiten vivir sin comprometer la vida de la naturaleza, asegurando una preservación ecológica para futuras generaciones” (p.45).

Así es como se aborda la respuesta a los intereses de la humanidad, que en su conjunto defiende el cuidado del planeta como una forma de preservar los recursos naturales para las generaciones futuras. Este concepto se ha convertido en un pilar fundamental de la cultura y la educación ecológica en diversas sociedades alrededor del mundo, promoviendo cambios en la forma de vivir, producir y consumir. Comporta un nuevo compromiso para las empresas entre las que cuentan las dedicadas a la cosmética.

La relevancia de este concepto se acrecienta debido a las consecuencias que envuelve. En septiembre de 2015 la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptó la Agenda 2030, la cual fijó múltiples metas para eliminar la pobreza, lucha contra el hambre, equidad de género, acceso a agua limpia, energía accesible y sin contaminación, y lograr que las ciudades y comunidades sean sustentables. Para Lubin y Esty (2010) “En los últimos 10 años, las cuestiones medioambientales han movido la capacidad de las empresas para crear valor para los clientes, accionistas y otras partes interesadas (p.43).

Esto impulsa nuevas iniciativas para satisfacer las demandas que ya no se enfocan únicamente en la obtención económica, sino que van más allá de la realización de compromisos sentidos con lo medioambiental, social y ético. Se entiende que negocios y sociedad deben ir en una misma dirección donde la corresponsabilidad se deje ver y todos la asuman, tal y como lo piensa la sustentabilidad.

Visto de esta manera, la sustentabilidad tiene como norte la implementación de prácticas sustentables en la gestión empresarial, que a pesar de reconocerse no siempre van de la mano, los consumidores están cada vez más interesados en hacer que las empresas asuman la responsabilidad por su impacto en el medio ambiente. De este modo, están presionando a las compañías para que modifiquen sus procesos y utilicen los recursos de manera más eficiente. Es así, como la

sustentabilidad se asienta en dos indicadores puntuales en esta investigación, como resultan los siguientes:

Visión empresarial: Lo sustentable implica promover productos, prácticas y valores de marca que sean responsables tanto social como ambientalmente. Esto busca satisfacer las necesidades inmediatas de los consumidores sin poner en riesgo el acceso a los recursos naturales para las futuras generaciones. Por lo tanto, adoptar una visión sustentable significa integrar las necesidades del cliente, la organización y la sociedad, todo sin comprometer el medio ambiente y sus recursos a largo plazo. Mapfre (2019).

Es así, como debe partirse de la revisión de la misión que entraña el propósito sobre el cual se sustenta la empresa. La visión de sostenibilidad debe complementar y realzar estos aspectos. Tal constructo se transmite a través del lema que enrumba la imagen e identidad corporativa y se convierte en el norte que persigue la marca, en este caso Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

Valor Empresarial: Este concepto cobra valía al construir la reputación de la empresa desde los valores que la respaldan convirtiéndose incluso en una de las razones por las que alguien elige una marca sobre otra. Por lo tanto, al enmarcar el valor empresarial dentro de los principios de la sustentabilidad, se pueden alcanzar algunas de las ventajas que se presentan a continuación, basadas en la opinión de Laudon (2016):

- (a) Consiente conectar con consumidores que buscan marcas con propósito, lo que los lleva a estar listos a pagar más por sus productos.
- (b) Prevalece los valores de la marca y perfecciona su imagen.
- (c) Acrecienta la interacción y la lealtad de los clientes.
- (d) Crea un lazo perdurable con los consumidores.

(e) Se convierte en una marca única en el mercado y facilita la toma de decisiones.

Todo lleva a valorar la idea de sustentabilidad como una reacción global ante el menoscabo medioambiental producido por el crecimiento social que, adicional a las costumbres consumistas han causado alteración al ecosistema. Así pues, las compañías, como principal causante de esta dificultad, deben cubrir las pretensiones sociales y adjudicarse la responsabilidad que les compete. Lorenzo (2012, p. 4).

Sobresale que, en la esfera empresarial, la sustentabilidad alude a varios conceptos concernientes a aspectos ecológicos, éticos y sociales. Lo confirma Carroll citado en Navarro (2016): “la sustentabilidad es un instrumento que incorpora en su esencia lo económico, legal, ético y discrecional” (p. 12). Se esboza la jerarquía de lo económico, luego que toda sociedad mercantil urge la obtención de beneficios monetarios, pero igual se otorga relevancia a elementos que apuntan al beneficio colectivo.

El carácter ético se suma a la atención que se presta a lo ambiental, guiando a las empresas a estar contestes con causas sociales. Esto lleva a identificar situaciones dentro de lo idealista, que, si bien no forja grandes beneficios económicos, promete la complacencia de haber cumplido con un deber hacia el bien común. Sin duda, esto se entrelaza con los pilares de la sustentabilidad, que permiten a las empresas perdurar en el tiempo, apoyándose en lo económico, social y ambiental.

Pilares de la Sustentabilidad en la Gestión de Empresas en el Ramo de la Cosmética.

La sustentabilidad se soporta en tres pilares conexos que Díaz (2018), concentra en la ecología, economía y sociedad. Estos componentes son el equilibrio capital para el bienestar del planeta y sus moradores. Es una construcción concebida desde el holismo que significa el saberse

que no se es una unidad aislada, sino parte de un todo integrado, donde convergen afectaciones de las cuales la responsabilidad es compartida. Así, comprende pilares como:

Pilar ecológico: Para Laudon (2016), la sustentabilidad ambiental se funda como el custodio del hogar colectivo, la Tierra. Su jerarquía reside en el resguardo del ecosistema y el amaine de las huellas negativas de las actividades humanas. Adoptar prácticas como la conservación de recursos naturales, gestión adecuada de residuos y transición hacia fuentes de energía renovable es fundamental. Estas acciones no solo cuidan la biodiversidad y los ecosistemas, sino que hacen frente al desafío global del cambio climático. Lo que efectivamente dista a este pilar es su enfoque en el respeto y la armonía con el entorno que soporta la vida en el planeta.

La sustentabilidad favorece que el equipo administrativo tenga la habilidad de liderar proyectos que buscan maximizar el uso de recursos y reducir el impacto ambiental en las actividades diarias, tales como reciclaje, digitalización de archivos, otros. De allí, se estima como oportunidad para emprender iniciativas favorables a la mejor disposición y aprovechamiento de los desechos derivados de esta actividad productiva.

Pilar social: Díaz (2018), explica que este se centra en la idea de justicia y equidad. Su notabilidad vive en la creación de sociedades inclusivas, donde cada persona disfruta oportunidades y derechos cardinales. Suscitar la igualdad de género, avalar la educación para todos, convidar atención médica posible y aseverar situaciones laborales justas son aspectos clave. Este pilar registra que una sociedad no será sustentable, si excluye a uno de sus miembros.

Pilar económico: Lorenzo (2012), acota que también se fomenta los sustentable en el fragmento financiero. Su preeminencia se evidencia en la exigencia de edificar sistemas económicos que no solo florezcan en la actualidad, sino que también soporten el desafío del

tiempo. La implementación de prácticas de negocio éticas, inversión responsable y eficacia en la utilización de recursos son mecanismos primordiales. Este cimiento cuestiona la idea de beneficios a corto plazo en cambio por una perspectiva a largo plazo, aceptando que la viabilidad financiera no puede separarse de la responsabilidad ecológica y social. Finalmente, su objetivo es establecer un balance en el que la prosperidad económica conviva con la conservación de los recursos y el bienestar social.

En este pilar cabe la sustentabilidad financiera, como construcción teórica de gran importancia en el progreso de las tareas administrativas de una empresa. De acuerdo con Peattie & Charter (2003), se refiere a la habilidad de una entidad de producir ingresos suficientes para cubrir sus gastos a largo plazo y funcionar sin depender de fuentes de financiación externas que no sean sustentables o que puedan comprometer su porvenir. Esto conlleva hallar un balance entre la factibilidad financiera, la responsabilidad ecológica y la inclusión social.

Como se aprecia el pilar económico, devela lo tocante a esta construcción teórica de gran importancia en el progreso de las tareas administrativas de una empresa, la sustentabilidad financiera. De acuerdo con Peattie & Charter (2003), se refiere a la habilidad de una entidad de producir ingresos suficientes para cubrir sus gastos a largo plazo y funcionar sin depender de fuentes de financiación externas que no sean sustentables o que puedan comprometer su porvenir. Esto conlleva hallar un balance entre la factibilidad financiera, la responsabilidad ecológica y la inclusión social.

Lo sustentable financieramente busca garantizar que una entidad pueda seguir operando de manera efectiva, gestionando sus recursos y finanzas de forma consciente, tanto en el presente como mirando hacia el futuro. En el ámbito de las finanzas sustentables, se considera la inclusión de factores ambientales, sociales y de gobernanza en las decisiones de inversión y gestión

financiera. Esto significa tener en cuenta el impacto a largo plazo de las acciones y decisiones que se toman. El uso de recursos naturales debe hacerse a un ritmo que permita que los sistemas ambientales o la actividad humana puedan regenerarlos. En el caso de los recursos no renovables, esto implica utilizarlos de manera que se facilite su reemplazo por alternativas renovables. Lorenzo (2012).

De allí, el compromiso con el desarrollo humano sustentable es una responsabilidad que todos comparten, tanto personas como empresas. Es crucial entender que no es solo una opción, sino una necesidad para enfrentar los desafíos complejos del presente. Urge adoptar un enfoque a largo plazo en las acciones y decisiones, que abarca desde la conservación de recursos hasta la promoción de la equidad. Todo esto es fundamental para crear un mundo donde la productividad y la preservación de la naturaleza puedan coexistir.

Antes de continuar, se deja sentado que la industria de belleza y cuidado personal, también debe atender los referidos pilares; más aún en momentos en que se muestra favorable y en franco crecimiento. Los ingresos en el mercado global, de esta industria, ascienden a 520.308 millones de US \$ en 2020 (Statista, 2019). Aunque este mercado está sujeto a constantes desafíos, innovaciones y transformaciones, la industria de belleza sigue prosperando. El mercado se divide en cuatro segmentos: cosméticos, cuidado de la piel, cuidado personal y fragancias. Esta investigación se ubica en el ámbito de la cosmética, debido a que es el área en el cual se maneja la empresa en estudio.

Oportunidades particulares de la sustentabilidad en la empresa cosmética.

Luego, se determinan las principales razones que se evidencian como claves al momento de abrir nuevas expectativas en este tipo de empresas. Así se determinan que al pensar las estrategias adaptables a las empresas cosméticas para potenciar lo sustentable, se comprende la

necesidad de dilucidar elementos sistemáticos que ayuden a desplegar acciones reales y acordes a los propósitos organizacionales. A continuación, se muestra:

Rol de la alta dirección: Mapfre (2019), dice que, para poder desarrollar una estrategia alineada con los ODS, es necesario que los líderes de las empresas sean los primeros que crean firmemente en que su ejecución resultará en un beneficio común, evitando caer en tendencias desfavorables que puedan resultar perjudiciales para la compañía. Implica la consideración del grado de compromiso que la gerencia asume al entender que no todo se resume a lo financiero; sino que también prevalece lo ecológico, social y ético que implica un compromiso para la empresa y amerita decidir sobre que estrategias aplicar.

Definir prioridades: Aunque todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible están interrelacionados, no todos tienen la misma relevancia para todas las compañías. Así, cada una debe analizar cómo y de qué manera puede contribuir de la mejor manera a cada meta, considerando sus recursos, la industria, orientación estratégica y la zona en la que se desenvuelve. Este estudio tiene relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, en particular, con los que aluden a la Salud y Bienestar, Educación de Calidad, Trabajo decente y crecimiento económico, Producción y consumo responsables y Alianzas para alcanzar las metas. Por lo tanto, es necesario elegir las estrategias que se deseen implementar para alinearse con un objetivo específico y, luego, analizar los efectos positivos y negativos que su acción genera. Pacto Mundial (2020).

Definir responsabilidades: Una de las principales dificultades para el sector privado para alcanzar los Objetivos y metas de la Agenda 2030 es la definición de compromisos públicos que sean cuantificables y medibles. Las compañías líderes en ODS, con un compromiso significativo en la consecución de la Agenda y una estrategia corporativa en sintonía con los objetivos, son las que están dando este avance. Para que estos compromisos realmente contribuyan a alcanzar los

Objetivos de la Agenda 2030, es fundamental que sean medibles y tengan un plazo definido. Marín (2015). Solo así serán evaluables los avances más significativos y el grado de cumplimiento. Además, una vez establecidos, es crucial que se valoren a través de la difusión en los diferentes canales de comunicación de la empresa, como memorias de sostenibilidad, el sitio web, informes anuales, presentaciones, entre otros.

Incorporar los ODS en toda la entidad: Es fundamental establecer una cultura corporativa que gire en torno a los ODS, asegurando que se integren de manera transversal en todos los departamentos. Se proponen acciones como incluir el mensaje de los ODS en la intranet, llevar a cabo campañas internas de comunicación sobre estos objetivos, ofrecer capacitación y organizar talleres y eventos que aborden los ODS de manera integral (Pacto Mundial, 2020). Así, la información y la transparencia se convierten en aliados clave y en una gran motivación para los empleados, ya que les permite sentirse conectados con las actividades que realizan, al darse cuenta de que su trabajo forma parte de algo más grande y significativo.

Comunicar y reportar: Una vez completados los diferentes pasos dentro de sus posibilidades, es fundamental evaluarlos a través de los diversos canales de comunicación que la empresa tiene a su disposición. La memoria de sostenibilidad se convierte en la herramienta más importante para transmitir todos los esfuerzos que la compañía ha realizado para alcanzar los ODS. Gracias a esta herramienta, los distintos grupos de interés pueden mantenerse al tanto de los avances más significativos en los temas que abordan dichos objetivos (Pacto Mundial, 2020).

Lo señalado favorece también el uso de las redes sociales para educar a los consumidores sobre la importancia de la sostenibilidad en el mundo de la estética. En este contexto se pueden crear artículos que expliquen cómo desechar correctamente los envases de maquillaje o cómo elegir productos con ingredientes de origen natural. Esto también ayudará a mejorar la reputación

de Osmary Makeup Studio. Se suma la conformación de alianzas con organizaciones locales, que ayuden a cooperar en iniciativas locales de limpieza ambiental, reciclaje o reforestación es una excelente manera de involucrarse. Participar en eventos comunitarios no solo muestra un compromiso social, sino que también ayuda a construir una conexión positiva con los clientes.

Otra manera de compartir los avances de la empresa es mediante el informe de buenas prácticas. Estos son programas o acciones específicas que están alineadas con la actividad principal y la estrategia corporativa, pero que también incluyen un aspecto social, ambiental o económico que apoya el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (Pacto Mundial, 2020). Como se puede observar, estos dos índices serán los que utilizaremos para evaluar y juzgar a las empresas seleccionadas para este análisis.

Formación Interna: Se valoran las opciones para organizar seminarios o conferencias para los empleados sobre temas como el reciclaje adecuado, el uso responsable del agua y la energía, y la elección de productos de limpieza sostenibles para el estudio. Desde la sustentabilidad son amplias las oportunidades para capacitarse en nuevas temáticas.

También, brinda una excelente oportunidad para administrar las empresas de forma más holística, considerando factores ambientales, sociales y éticos. Esto es fundamental para promover un comercio que favorezca a todas las partes implicadas. Por lo tanto, se satisfacen los intereses de la humanidad, que en su totalidad promueve la protección del planeta como un método para conservar los recursos naturales para las futuras generaciones.

La vertiente social de la sustentabilidad se ha transformado en un componente fundamental de la cultura y la educación ecológica en varias sociedades a nivel global, promoviendo transformaciones en el modo de vida, producción y consumo. Significa un nuevo compromiso para las compañías, incluyendo las especializadas en cosmética. Cada vez que se reconoce que lo

financiero no lo es todo y ante el deterioro medioambiental, se devela la urgencia de atender el lo empresarial las actividades que puedan contribuir a disminuir las problemáticas tan diversas a nivel mundial y que engloban no solo lo económico, sino lo ecológico, ético y social.

Barreras que caracterizan la Sustentabilidad en la Empresa Cosmética.

Cometer la sustentabilidad es uno de los aspectos a tener en cuenta para valorar las barreras que en la empresa cosmética se viven debido a las características que definen a este sector productivo. Principalmente y en relación con las barreras todo converge en torno a la contaminación generada en el sector de la cosmética desde la procedencia de las materias primas utilizadas en las actividades propias de este sector. Como lo explica Saigu Cosmetics, (2020, p 2.), muchos de los aceites empleados, así como los conservantes de los productos provienen de petroquímicos y contienen, además, polímeros plásticos que no se biodegradan fácilmente.

Es así, como dentro de esta empresa tiene lugar la ocurrencia de una serie de situaciones que se reconocen como barreras propias de este ámbito productivo y que se refieren a los aspectos que limitan el logro de los ODS y actúan para desafiar los alcances de prácticas contestes con las necesidades de la humanidad, en tiempos donde cobra valor no únicamente lo financiero, sino a la par lo social, ético, y ecológico. Entre estas limitantes Lorenzo (2012), destaca las siguientes:

Costos elevados: Hacer la transición hacia prácticas más sostenibles, como optar por ingredientes orgánicos o de comercio justo, utilizar envases biodegradables y adoptar tecnologías de producción más eficientes, a menudo requiere una inversión inicial considerable que puede ser un desafío para las pequeñas y medianas empresas de la cosmética, como podría ocurrir en el caso en estudio.

Falta de regulación y estandarización: Aunque hay un aumento en las normativas, la falta de una estandarización clara y global para la cosmética sostenible, también conocida como natural, genera confusión tanto en las empresas como en los consumidores. Esto puede llevar a prácticas engañosas, donde algunas empresas se presentan como sostenibles sin serlo realmente.

Resistencia al cambio: En ocasiones, las empresas ya consolidadas pueden mostrarse reacias a modificar sus procesos de producción y fórmulas tradicionales, especialmente si han tenido éxito durante mucho tiempo. La innovación y la adopción de nuevas tecnologías sostenibles pueden ser vistas como riesgos.

Percepción del consumidor: Aunque la conciencia sobre la sustentabilidad está creciendo, algunos consumidores aún priorizan el precio o la eficacia del producto por encima de sus credenciales sostenibles. Además, pueden existir dudas sobre la calidad o el rendimiento de los productos cosméticos sostenibles en comparación con los convencionales.

Impacto ambiental: Según Sonsoles (2021), cuenta en esta cadena de alto impacto ambiental el transporte de los cosméticos con miras a la distribución dejando la huella de carbono por el alto consumo de combustible, se suma lo relativo a los envases que tienden a ser generalmente plásticos, lo que complica su reducción al considerar que tampoco son reciclados por las personas, que mayoritariamente desechan este tipo de envases.

El autor ya mencionado dice que algunos de los componentes cosméticos no solo son perjudiciales para el medio ambiente, sino que también pueden dañar la piel. Por ejemplo, cita los parabenos o el triclosán, empleado como conservante, así como el cloruro de benzalconio, el formaldehído, que actúa como estabilizador, y las siliconas. A continuación, se presentan los doce ingredientes más nocivos que se encuentran en la mayoría de los productos cosméticos, conocidos como los Dirty Dozen (David Suzuki Foundation, s.f.):

Butilhidroxianisol (BHA) y el butilhidroxitolueno (BHT)	Colorantes de alquitrán de hulla: p-fenilendiamina y colorantes enumerados como "CI" seguidos de un número de cinco dígitos	Ingredientes relacionados con la DEA (dietanolamina)
Ftalato de dibutilo	Conservantes que liberan formaldehído	Parabenos
Parfum (también conocido como fragancia)	Compuestos de PEG (polietilenglicol)	Vaselina
Siloxanos	Sulfato de sodio y laureth	Triclosán

Fuente: Dirty Dozen. David Suzuki Foundation (s.f.).

Así, el sector de la cosmética y cuidado personal es, sin duda, uno de los mayores responsables de la contaminación por desechos. Las cifras que se agregan lo determinan, en 2018, se fabricaron más de 120.000 millones de envases para productos cosméticos, y la gran mayoría no eran reciclables (Moore, 2019). Por ello, en esta industria urgen soluciones sustentables que no solo optimen la eficacia de los productos, sino que ayuden a conservar los principios de la economía circular, que suscita la reutilización y reciclaje. (Amberg & Fogarassy, 2019).

Lo destacado resulta relativo a la intencionalidad del presente estudio que esboza el interés por diseñar un programa de desarrollo en sustentabilidad para el personal administrativo en la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P. Nace el creciente interés por asociarse con marcas que incorporan la sustentabilidad en sus productos y en toda la empresa desde el principio, esto se ha convertido en uno de sus objetivos a largo plazo. Lo dicho permitirá a la empresa en estudio, diferenciarse de otras compañías que no comparten este enfoque. Como se

menciona en la literatura revisada, es crucial comenzar con avances relacionados con compromisos específicos para ganar la confianza del consumidor y emprender el camino hacia una industria más sustentable (Bartlow & Jacobs, 2019).

Así, se revelan las tendencias sustentables que han encontrado su lugar en los nuevos mercados de belleza y cuidado personal. Esto se debe a que el avance ambiental se ha convertido en una prioridad, y las empresas están reconociendo que el desafío del cambio climático exige innovación. Al invertir en esta tarea crucial, buscan aumentar la eficiencia de sus recursos y mantenerse competitivas a nivel global, tal como se destaca en las perspectivas de los estudios de Porter y Van der Meer (1995, p.22).

La sustentabilidad juega un papel fundamental en el mundo empresarial, lo que lleva a las marcas de cosméticos a invertir cada vez más en esta causa. Así, comienzan a buscar materias primas que sean naturales y/o ecológicas, lo que ha impulsado un notable crecimiento en el mercado de la cosmética verde. Se dedican a mejorar la calidad y el rendimiento de sus productos, implementan acciones para la correcta eliminación de residuos y promueven el reciclaje.

Esta idea concuerda con Caballero (2019, p. 12), quien señala que uno de los objetivos básico debe ser encontrar métodos de producción más eficientes que disminuyan tanto las emisiones como los desechos, desde la obtención de la materia prima hasta su uso y eventual eliminación. El tipo de embalaje es fundamental en este proceso, especialmente considerando la contaminación marina y el creciente problema de los residuos plásticos. Como se evidencia, es una labor urgente y prioritaria para todas las empresas de la cosmética entre las que cuenta Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

2.3. Bases Legales

En atención a Villafranca (2002), son "leyes, reglamentos y normas necesarias en algunas investigaciones cuyo tema así lo amerite" (p.23). Por tanto, se estiman como basamento que admite enfocar el estudio, en las realidades normativas, en este caso de la nación venezolana. En su preámbulo, la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2009) deja claro que uno de sus objetivos es fomentar la justicia en el ámbito ecológico y en los flujos legales ambientales como un bien compartido. Además, dedica un capítulo a los derechos ambientales, que incluye artículos que definen, entre otras cosas, el derecho a disfrutar de un ambiente seguro. También se establece la responsabilidad del Estado de proteger y conservar el medio ambiente. Sin duda, esto compromete asumir el tema del desarrollo de la sustentabilidad.

El Artículo 127 establece claramente que el Estado tiene la responsabilidad de asegurar un entorno libre de contaminación. Luego, el Artículo 128 menciona la necesidad de desarrollar políticas de ordenamiento territorial que se alineen con los principios de sostenibilidad. Es evidente que no se puede hablar de desarrollo sin considerar el aspecto ambiental, y en este sentido, el marco legal de Venezuela es bastante claro.

Existen en el país otras leyes relacionadas con la sustentabilidad como la Ley Orgánica del Ambiente (2006), Ley de Aguas (2007), Ley Penal del Ambiente (2012) entre otras, que dan prioridad a la normativa que protege los derechos humanos en el ámbito ambiental y productivo, la cual está integrada en el Plan de la Patria 2019-2025, en estrecha relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible planteados en la Agenda 2030.

Este contenido claramente define elementos que indudablemente se vuelven soporte para el objetivo de esta investigación enfocada en el desarrollo sustentable en la compañía Osmary Makeup Studio By Osmary. De acuerdo con lo establecido en la base legal citada, se puede estimar

cómo el Estado, mediante su legislación, dicta las pautas de los Derechos y Obligaciones que cada persona y empresa deben ejercer en beneficios sociales fundamentados en lo sustentable. Dicho modelo social promueve la protección de los derechos de los integrantes de la sociedad, estableciendo normas que promueven el cumplimiento de obligaciones y comportamientos que incentivan la adopción de responsabilidades por parte de las entidades, con el objetivo de avanzar juntos hacia la consecución de la sustentabilidad.

Tabla 1. Sistema de Categorías

Objetivo General: Diseñar un programa de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.				
Objetivos específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Ítem
Diagnosticar desde las percepciones del personal administrativo la aplicación de los pilares de la sustentabilidad en la gestión de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.	Desarrollo en sustentabilidad Oportunidades y barreras	Principios empresariales de sustentabilidad	-Visión -Valor	
Identificar las oportunidades y barreras que percibe el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., para la implementación de prácticas sustentables en la gestión de la empresa.		Pilares de la sustentabilidad	- Pilar ecológico -Pilar social - Pilar económico	
		Oportunidades de la sustentabilidad	-Rol de alta dirección -Definir prioridades -Definir responsabilidades -Incorporar los ODS -Comunicar y Reportar -Formación interna	
		Barreras de la sustentabilidad	-Costos elevados -Falta de regulación -Resistencia al cambio -Percepción del consumidor -Impacto ambiental	
Diseñar estrategias para la conformación de un programa de desarrollo en sustentabilidad efectivo para el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.				

Nota: Cuadro elaborado con los objetivos y variables de la investigación.

Fuente: Elaboración Propia.

2.4. Definición de términos básicos

Ético: Compendio de pautas morales que reglamentan la conducta en general o en un área concreta. (p. 727). Diccionario Espasa (1988)

Efectividad: Lograr el resultado que se quiere o se espera. Diccionario de la Lengua Española. (s/f)

Financiero: Indaga el modo en que los recursos mercantiles se establecen en el tiempo. Bodie y Merton (2011)

Gestión: Conjunto de decisiones y acciones conducentes a alcanzar objetivos previamente establecidos. Beltrán (1999)

Planificación: Es anunciar y estar sobre aviso del proceso mediante conjugación de objetivos y disposiciones accionables. Drucker (1999)

CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO

Según Tamayo y Tamayo (2012, p. 37), el marco metodológico representa un proceso que, sobre la base del método científico, facilita la obtención de información conducente a utilizar el conocimiento para establecer relacionamientos con el fenómeno estudiado. De allí, que reúne los hallazgos concernientes a la realidad escogida, cimentada en datos derivados mediante tareas metódicas afines con la naturaleza de la investigación, y que además da cuenta de una serie de elementos propios de este apartado que deben ser clarificados para describir cómo opera en la realidad la temática de interés.

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

Concierne a la metodología elegida para desplegar la investigación, que en este caso se ubica en el enfoque cualitativo. Este para Hernández, Fernández y Baptista (2014), involucra un acento interpretativo dispuesto a la comprensión de significados y percepciones que las personas le otorgan a las acciones que realizan, puntualmente dentro de la entidad investigada. En efecto, asume la implicación social propia de las vivencias personales, lo cual es oportuno en el presente estudio. Así, se logra interpretar la realidad dinámica, diversa y característica de un determinado grupo sobre la práctica de sus acciones, directamente relacionadas con el desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

Asimismo, conteste a las intencionalidades previstas, el tipo de investigación incumbe a una Investigación Básica. Como expone Cruz (2020), se conduce a enriquecer el conocimiento

presente sobre un tema particular que resulta de interés para quien investiga. Así pues, favorece el entendimiento de fenómenos sociales con el fin de precisar cómo se muestra en un escenario real.

A la vez, se lleva desde un diseño no experimental, que, para Hernández (2014), deja de lado cualquier tipo de manipulación de la variable, y únicamente procura la observación de los hechos como acontecen en su tejido natural, sin la intervención de quien investiga. Es develar el tema en cuestión tal y como acaece en la situación real, sin que se efectúe modificación alguna. Tiene un nivel descriptivo, que, para Arias, (2012), guía a la determinación de un fenómeno desde su ocurrencia personal o grupal con el objeto de caracterizar su proceder en la cotidianidad. Entonces, considera la información original, mostrándola a través de la exegesis, asentándose en los rasgos descriptores para presentar como se compra en un contexto particular, puntualmente la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

3.2. Escenario de Estudio

Schütz (1962), manifiesta que “El escenario donde se desarrolla la acción social es el mundo de la vida, es decir, el mundo cotidiano que damos por real” (p.86). Según esto, conforma el área en la que mora el hecho analizado. Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., es una compañía dedicada al ramo de la cosmética, maquillaje y estilismo que funge en un local adecuado y equipado con todos los mecanismos necesarios para funcionar conforme a la ley y las tareas propias de este ramo. No obstante, también se afecta con problemas usuales que podrían impactar en lo sostenible, razón por lo cual amerita profundizar hacia el diseño de un programa de desarrollo en sustentabilidad para el personal administrativo, que considere aspectos más allá de lo financiero y considere variables ambientales y sociales, que son demandantes en la actualidad.

3.3. Participantes

Este apartado precisa al grupo elegido de personas que cuentan con las particularidades que les otorga representatividad como informantes en la investigación. Son identificados porque son quienes practican funciones desde el plano gerencial y administrativo en la empresa. Según Balcázar et al. (2013): "Estos apadrinan al investigador en el escenario y son sus fuentes principales de información" (p. 41).

En efecto quienes resultan informantes clave en el estudio, significan voces con valor porque poseen la experiencia sobre el fenómeno indagado y ejercen como fuentes que pueden aportar desde sus vivencias elementos descriptores posibles de ser convertidos en hallazgos reveladores que facilitan la interpretación analítica discursiva de lo recogido a través de sus testimonios, pero también desde lo que perciben en la cotidianidad en la que coexisten. De modo, más detallado se consideraron algunos criterios de inclusión que rige la selección de los informantes clave, siendo los que se especifican:

- a. Personal conexo con las tareas administrativas de la empresa mencionada, atendiendo que la temática indagada propende al diseño de un programa de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo.
- b. Que sean disponibles en función de su ubicación geográfica y disposición.
- c. Que espontáneamente consientan en ofrecer la información solicitada.

Esencialmente, son 03 (tres) profesionales: una (01) dueña y gerente; un (01) administrador; y un (01) contadores pertenecientes a la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., quienes manejan la información pedida en este estudio y por su cualidad son oportunos como unidades de análisis, tal y como es propio en el enfoque cualitativo. Las personas

indicadas serán a quienes se les aplicará el instrumento y cuyas opiniones sustentarán el ejercicio analítico del estudio.

3.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para definir la técnica, se recurre a Arias (2012, p. 146) quien refiere que son las distintas formas de obtener información. En consonancia, se utilizó la técnica de la entrevista que es propia de los estudios cualitativos. De tal manera, se admite recoger las opiniones de los informantes mediante la escucha de sus percepciones. Al respecto, Alonso (1994) sustenta que se compone por interrogantes aplicables a modo de una conversación abierta y guiada mediante ideas previamente establecidas.

Se hizo uso del instrumento denominado Guía de Entrevista semiestructurada que para Taylor y Bogdan (1998), “no es un protocolo estructurado, sino que sirve para asegurarse de que los temas claves sean explorados a través del informante” (p.119). Representa un camino oportuno para develar los tópicos de interés mediante la conversa con las personas escogidas y se aleja de un protocolo cerrado que pueda limitar el conocimiento acerca de las subjetividades del entrevistado.

3.4. Procedimiento metodológico

Al considerar la metodología expuesta se cumplen una serie de fases que son propias de los estudios descriptivos bajo el enfoque cualitativo. Es un recorrido lógico y organizado que orienta la tarea investigativa para alcanzar a integrar las categorías tanto apriorísticas como emergentes, que se constituyen en la columna de la recolección de información. Estas serán las consideradas por Hurtado (2012):

Definición teórica del fenómeno: Este punto crítico se centra en la revisión de los elementos conceptuales que ayudan a comprender cómo funciona en la realidad el fenómeno en

estudio, basándose en la mirada conceptual las construcciones conceptuales que sirven de soporte a la temática.

Construcción de la Matriz de Análisis: Implica el estadio en el cual se precisan los relacionamientos entre dimensiones e indicadores, a fin de precisar los elementos concretos que sirven para establecer relacionamientos coherentes con las intenciones del estudio.

Establecer el criterio de análisis: Es el momento en que las investigadoras precisan el razonamiento sobre el cual se interpretan los hallazgos. Conforman el punto de partida para determinar qué es lo que se busca examinar y cómo hacerlo.

Interpretación de los hallazgos: Compromete la actividad reflexiva que facilita el análisis sobre la base de las relaciones encontradas al instaurar una perspectiva propia de la tarea analítica-descriptiva emanada desde la información derivada.

Análisis y Conclusiones: Conducente a la formulación de las conclusiones del diagnóstico y que compendia la enunciación de las resultas logradas mediante los resultados alcanzados. Estas nacen en estrecha unión con los propósitos instituidos al inicio del estudio.

3.5. Rigor científico

Para exponer la calidad y el contenido científico apropiado para la investigación cualitativa, es esencial registrar, recolectar y cotejar la información en sus diferentes fases y puntos de vista, con la finalidad de realizar una serie de procesos que se describen a continuación y son indispensables para verificar que el diseño es meticuloso y valida los hallazgos:

Dependencia o confiabilidad: Revela la correspondencia alcanzada en términos de la uniformidad y firmeza de los hallazgos. Se alcanza en la medida que deriva un análisis íntegro del procedimiento de recogida de información, estudio y exegesis de los datos, al mismo tiempo refleja la visión de los investigadores.

Transferibilidad: Fundamentado en la noción de que los resultados emanados no resultan generalizables; sino que consiguen ser transpolados a otros escenarios semejantes. A tal fin, se emplea la representación meticulosa del contexto, la comparación de las teorías y la compilación rigurosa de los resultados.

Confirmabilidad: Relativo al carácter auditable que tiene la investigación cualitativa y que permite considerar la triangulación de la información para certificar la objetividad de los hallazgos. La triangulación es contrastar la información originaria de la indagación realizada y mediante fuentes diversas cotejar lo informado para encontrar similitudes que demuestran la consistencia conseguida. Elliot (1980, p.54).

3.6. Método de análisis de datos

De acuerdo con Rangel (2010), el fundamento para llevar a cabo el trabajo de interpretación se basa en el estudio de los resultados obtenidos. Para su fundamentación, se utiliza el trabajo interpretativo típico de la investigación cualitativa, realizado a través de una metodología inductiva, que facilita la elaboración de los hallazgos conforme avanza la investigación. Esto ofrece amplias posibilidades para la adaptabilidad, modificación y rediseño del estudio, lo que promueve los cambios realizados en función del camino cualitativo advertido.

Las fases de interpretación y clasificación de la información estarán sustentadas en los conceptos de Strauss y Corbin (2002), quienes se encauzan en la conceptualización y segmentación de datos, definición de categorías basadas en sus características y dimensiones, y la vinculación entre estas a través de una serie de construcciones interpretativas. Todo esto se refleja en un proceso de clasificación que facilita la comprensión y organización adecuada de la información.

3.7 Aspectos éticos

La integridad en la investigación compromete el manejo de su naturaleza ética. Esto involucra no solo la referencia y el reconocimiento del marco teórico previamente establecido en el ámbito científico en relación al tema de investigación, sino también la protección y privacidad de los hallazgos derivados, así como brindar respeto a aquellos que contribuyen como informantes esenciales, fomentando su construcción simbólica tanto personal como colectiva para que lo investigado pueda emerger como producto de las entrevistas.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS HALLAZGOS

En el presente capítulo se exponen los resultados del estudio, desarrollados con base en la operacionalización establecida en función de sus dimensiones e indicadores. Lo anterior, en correspondencia con los criterios de rigor científico que fueron señalados en el tercer capítulo. Respecto a este componente dentro del trabajo de investigación es una etapa de gran importancia, porque implica dar a conocer lo que fue el proceso de búsqueda de la información expresado en hallazgos concretos. Constituye uno de los pasos más trascendentales de la investigación que exige trabajar la información, recopilarla, organizarla en unidades manejables, sintetizarla y presentar resultados en función de los aportes surgidos.

En este caso los investigadores, buscaron describir y darle sentido exacto al contexto donde se desarrolló el estudio, vale decir, el escenario donde se sucede la interacción con los informantes clave, lo que permitió dar cumplimiento a los objetivos propuestos. De esa manera, existe la seguridad que los hallazgos se estudiaron y organizaron con la instrumentación de un proceso que abarca la transcripción, categorización y triangulación orientada hacia el análisis de cada uno de sus componentes, tal como se describe a continuación.

Objetivo específico 1: Diagnosticar desde las percepciones del personal administrativo la aplicación de los pilares de la sustentabilidad en la gestión de la empresa Osmary Makeup Studio
By Osmary García F.P.

Indicador: Visión

En este particular se formuló la interrogante ¿De qué manera aplican en la empresa la visión sustentable que implica promover productos, prácticas y valores de marca que sean responsables tanto social como ambientalmente?; el IF1 señaló: “Bueno desde la gerencia se ha venido proponiendo que cada servicio pueda reflejar varios aspectos importantes, como la responsabilidad social y también ambiental, esto nos ayudara a promover practicas mucho más consientes como el uso racional de material y la elección de productos que sean de calidad pero que a su vez genere menos desperdicio, porque nuestro plan es crecer siendo más consientes con el entorno y con la comunidad.”. Por su parte el IF2 refirió: “Si lo aplicamos inicialmente en la organización administrativa, estamos dando de forma digital las facturas y así evitamos desechos incensarios”.

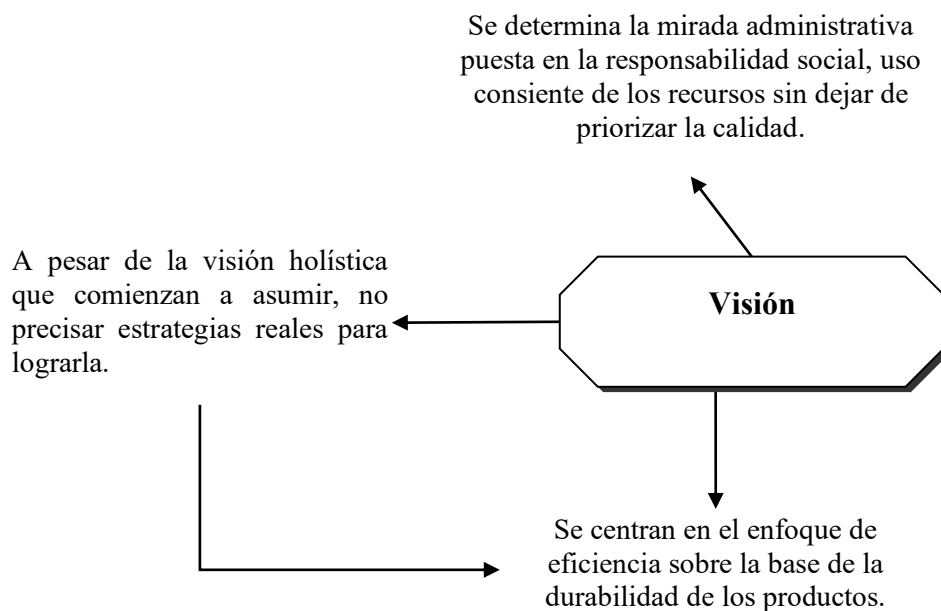
Luego, el IF3 sostuvo: “Yo por ejemplo lo veo más en la parte económica: si compramos insumos que tengan más tiempo de duración, nos va a permitir tener menos gastos extras. Claramente si los productos orgánicos logran tener más tiempo de fecha de caducidad. Eso también es sustentabilidad, no tener que reponerlos tan seguido”. Se puede ver que los hallazgos sobre el indicador mencionado muestran una clara visión hacia un enfoque sustentable en sus actividades, con un fuerte compromiso hacia el ambiente. Aunque también se vislumbra la importancia otorgada al elemento financiero que también es necesario debido a que debe garantizarse el retorno de la inversión.

La mirada administrativa esta puesta en una visión de ser responsables, socialmente, hacer uso consiente de los recursos sin dejar de priorizar la calidad y además asumir la preferencia hacia los productos orgánicos. No obstante, a pesar de la visión holística que comienzan a manejar, dejan sin

mencionar los mecanismos para traducir esta intención en acciones concretas, razón por la cual se corre el riesgo de quedar solo en la intención. En tal sentido, resulta que la ejecución de prácticas aisladas en materia de sustentabilidad desfavorece una visión estratégica clara.

En pocas palabras, la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P, se enmarca en el enfoque de eficiencia, al reconocer que buscan comprar insumos que tengan más tiempo de duración, que no ameritan ser repuestos a breve plazo, considerando la durabilidad, que es un componente clave de la sustentabilidad económica. De allí, que a pesar de ser una empresa naciente ya comienza a vislumbrar una visión hacia la sustentabilidad, pero que aún requiere ser fortalecida.

Figura 1. Indicador. Visión



Nota: Conceptos emergentes para el indicador visión.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Valor

También interesó averiguar, acerca de ¿Qué estrategias emplean para construir la reputación de la empresa desde los valores que sustentan la sustentabilidad?; con respecto a esta pregunta el IF1 dijo: “Para fortalecer la reputación nos mostramos transparentes con lo que hacemos, tanto en el estudio como en redes sociales, comunicamos a los clientes que trabajamos con valores como la responsabilidad, el respeto y calidad. Esto nos permite que confíen en la empresa como un lugar serio y comprometido.

Mientras que IF2 respondió: “La estrategia que aplicamos es dar ejemplo en la parte interna. Si el personal pone en práctica estos valores en el trabajo, pueden reflejarlo. Y eso para nosotros es muy importante, por eso cuidamos que todas las decisiones administrativas respondan desde la ética y la responsabilidad”. El IF3 dijo: “ Para mí la reputación es lo más primordial, un cliente feliz y satisfecho vuelve, y esto se aplica desde los valores que se exhiben, claramente muchas veces se puede salir de las manos, porque cada ser humano piensa y actúa diferente, pero es ahí donde más podemos aplicar estos aspectos. Brindar servicios en el área de la cosmética compromete al ejercicio de valores inherentes a la dignidad y la integridad humana, de allí que es parte de lo que ofrecemos a diario ”.

Ante estos resultados, se interpreta que la empresa ha asumido valores puntuales entre los que cuentan la transparencia activa y una comunicación clara basada en la responsabilidad, el respeto y la calidad de servicio, los cuales son clave para construir la confianza del cliente. La esencia de la estrategia de valía se basa en dar el ejemplo desde adentro. Según los informantes, les resulta fundamental que el personal viva estos valores a través de decisiones administrativas guiadas por la ética y la responsabilidad. En conjunto consideran el impacto directo en el cliente y la dignidad humana, lo que los lleva a entender que la reputación está íntimamente ligada a la satisfacción del cliente.

Reconocen que, en el sector de la cosmética, es vital implementar valores como la dignidad y la integridad, ya que son esenciales para ofrecer calidad, y saber cómo los percibe el público. De manera

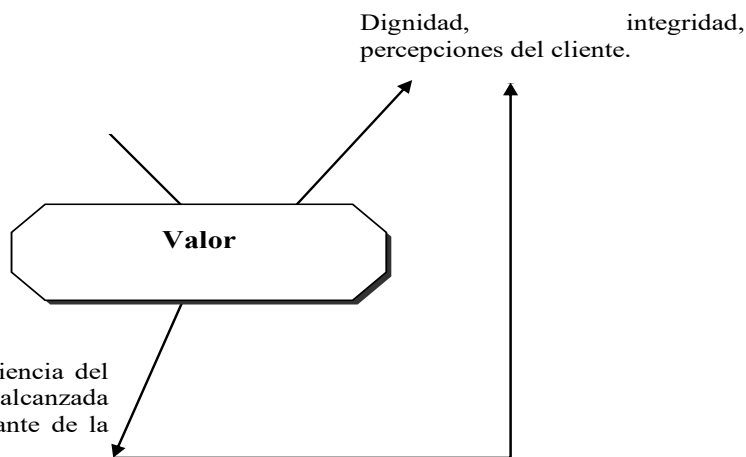
general, muestran interés en proyectar una imagen de seriedad y compromiso, presentando valores consustanciados con el plano ético. Por otro lado, se esmeran por considerar la cultura organizacional, asegurando que los valores se reflejen en las decisiones administrativas de manera auténtica. Esto conecta la sostenibilidad con la gestión y dirección de la empresa.

Es un hecho que los valores de sustentabilidad, se perciben fuertemente ligados a la experiencia del servicio, priorizando la reputación como el bien más valioso y relacionando directamente los valores con la satisfacción del cliente, dentro de un campo expuesto a la complejidad humana donde cada cliente tiene sus propias expectativas, necesidades y actuaciones; sin duda, la cosmética desde Osmar Makeup Studio By Osmar García F.P, se interesa por el ejercicio de valores inherentes a la dignidad y la integridad humana.

Figura 2. Indicador. Valor

Asumen valores basados en la responsabilidad, respeto y calidad de servicio para mostrar la transparencia activa de la empresa.

Se apuntalan en la experiencia del servicio, y la reputación alcanzada como el valor mas relevante de la empresa.



Nota: Conceptos emergentes para el indicador valor.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Pilar Ecológico

Seguidamente se preguntó, ¿ El equipo administrativo lidera proyectos que buscan maximizar el uso de recursos y reducir el impacto ambiental en las actividades diarias, tales como reciclaje, digitalización de archivos, otros?; al respecto, Al respecto el IF1 explicó: “Sí, recientemente estamos implementando la digitalización para evitar exceso de papel y promovemos el reciclaje de algunos materiales. Son pasos pequeños, pero contribuyen a un mejor manejo de los recursos.”.

El IF2 relató: “En el área administrativa hemos fomentado el uso de registros digitales y un control más eficiente del inventario, lo que evita desperdicios. También tratamos de usar de manera consciente la energía y el agua. No obstante, aún no podemos decir que lo estamos logrando de un todo porque en este tipo de empresa se trabaja mucho en función de la energía eléctrica y al carecer el negocio de una mejor iluminación natural, permanecen encendidas las lámparas durante todo el día”. Mientras que el IF3 dijo: “Yo apoyo medidas de reciclaje en las empresas, pero en nuestro caso es un poco difícil porque en la cosmética se generan múltiples desechos es decir envases, algodón, esponjas, otros que a nivel de costos se nota.”.

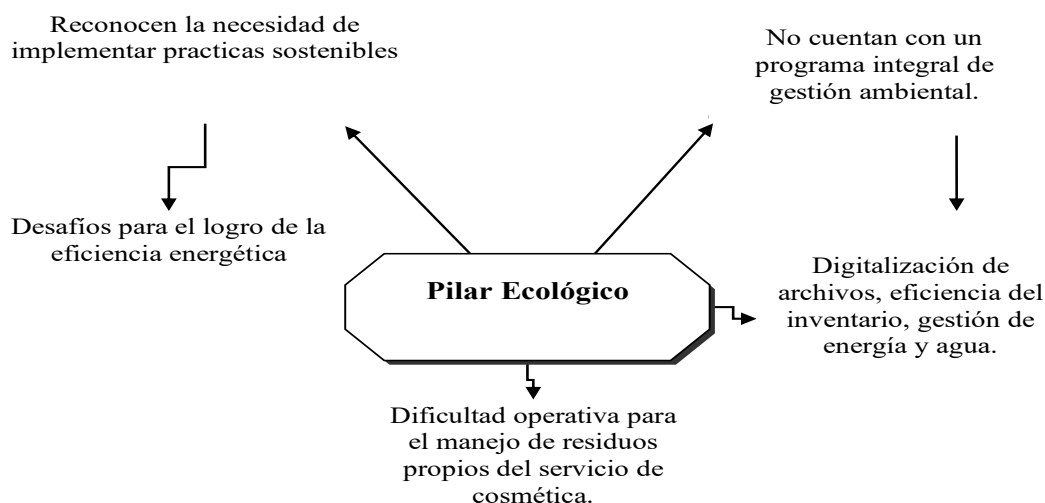
En este contexto, el análisis cualitativo del indicador Pilar Ecológico muestra que hay una conciencia inicial sobre la necesidad de adoptar prácticas sostenibles, aunque se han identificado limitaciones operativas y estructurales específicas del sector cosmético. Los hallazgos más destacados indican que la empresa ha comenzado a tomar acciones puntuales, pero aún no cuenta con un programa integral ni con la infraestructura necesaria para una gestión ambiental avanzada.

Los resultados coinciden en que la digitalización de archivos es la medida ecológica más sólida y concreta que ha implementado el área administrativa se enfocan primordialmente en reducir el uso de papel y permitir un control más eficiente de los desechos. También se enfoca en la eficiencia del inventario como una forma de evitar desperdicios y mencionan esfuerzos conscientes en la gestión de

energía y agua. Sin embargo, reconocen que la principal limitación es la dependencia de la energía eléctrica debido a la falta de iluminación natural, lo que obliga a mantener las luces encendidas constantemente, dificultando así una reducción significativa del consumo energético.

Esta limitación pone de manifiesto un desafío de infraestructura que requiere una inversión mayor. Por último, destaca la resistencia o dificultad operativa en el manejo de residuos: el alto volumen de desechos no fácilmente reciclables (envases, algodón, esponjas), generados por los servicios de cosmética, junto con los costos implicados, se presenta como un obstáculo importante para implementar medidas de reciclaje a gran escala. En efecto, aunque hay un liderazgo administrativo incipiente reflejado en la digitalización, la empresa enfrenta un desafío significativo en la gestión de residuos y en la eficiencia energética debido a las características inherentes de su modelo de negocio y la infraestructura física.

Figura 3. Indicador. Pilar Ecológico



Nota: Conceptos emergentes para el indicador Pilar Ecológico.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Pilar Social

A continuación, se formuló otra pregunta, ¿De qué manera, en la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., el personal administrativo considera proyectos orientados a promover la igualdad de género, avalar la educación para todos, y garantizar situaciones laborales justas?; al respecto el IF1 explicó: “Uno de nuestros principios es la igualdad de oportunidades. En el estudio buscamos dar cabida a todas las personas, sin distinción, y promovemos la capacitación constante para crecer juntos.”.

El IF2 relató: “Siempre procuramos que el ambiente laboral sea justo y respetuoso. La empresa apoya la formación y trata de generar espacios de aprendizaje, lo que también contribuye a la equidad.”. Mientras que el IF3 dijo: “Aquí todos somos tratados por igual. Yo lo siento en la práctica, porque no importa el cargo que ocupemos, las decisiones se conversan y se busca el bienestar del equipo. En cuanto a los clientes también asumimos el trato inclusivo y respetuoso, sin discriminación alguna”.

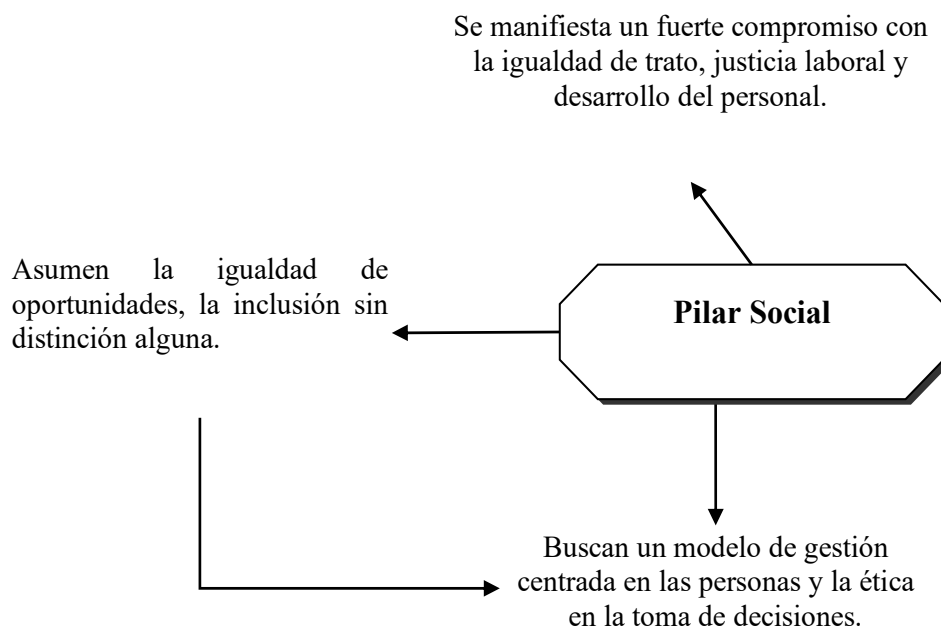
El análisis propio del indicador Pilar Social en Osmary Makeup Studio, dirigido por Osmary García F.P., pone de manifiesto un fuerte compromiso interno con la igualdad de trato, la justicia laboral y el desarrollo del personal. Los hallazgos indican que el componente social de la sustentabilidad se vive principalmente a través de la cultura organizacional y las interacciones diarias. Todos los informantes coinciden en que la igualdad de oportunidades y el trato justo son pilares fundamentales de la gestión administrativa.

En este mismo tenor, se subraya la importancia de la igualdad de oportunidades como un principio esencial, buscando la inclusión de todas las personas, sin distinción. Por su parte, se prioriza el trato igualitario y respetuoso en la práctica para el personal y que también se extiende a los clientes, lo que establece un enfoque claro en la equidad tanto interna como externa. En lo que respecta a la justicia laboral y el bienestar, la información destaca que se gestiona que el ambiente laboral sea justo y respetuoso, visto no solo como una norma, sino una experiencia real vivida, que se hace tangible al

sugerir un modelo de gestión participativa y centrada en las personas, donde la ética influye en la toma de decisiones administrativas.

Por último, prevalece la promoción de la educación y el crecimiento del personal como mecanismo clave para asegurar la equidad y el desarrollo continuo. Esta perspectiva determina que la empresa muestra un sólido punto de partida en el pilar social. Puesto que, los proyectos no se conciben solo como iniciativas aisladas, sino como parte de un compromiso más amplio con la equidad y el desarrollo, lo cual coincide con la idea de la sustentabilidad.

Figura 4. Indicador Pilar Social



Nota: Conceptos emergentes para el indicador Pilar Social.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Pilar Económico

En este aspecto la pregunta fue, ¿Cómo hacen en Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., para cuidar que la organización pueda gestionar sus recursos y finanzas de forma consciente, tanto en el presente como mirando hacia el futuro?; al respecto el IF1 explicó: “Desde la gerencia hacemos una planificación financiera responsable y sobre la base de las prioridades, cuidando que cada inversión sea razonable. No improvisamos al momento de hacer los gastos, sino pensando en cómo impactará en el crecimiento a largo plazo.”. El IF2 relató: “Gestionamos los recursos con presupuestos claros, control de gastos y revisiones periódicas. Eso asegura que no se pierda el equilibrio entre lo que entra y lo que sale.”.

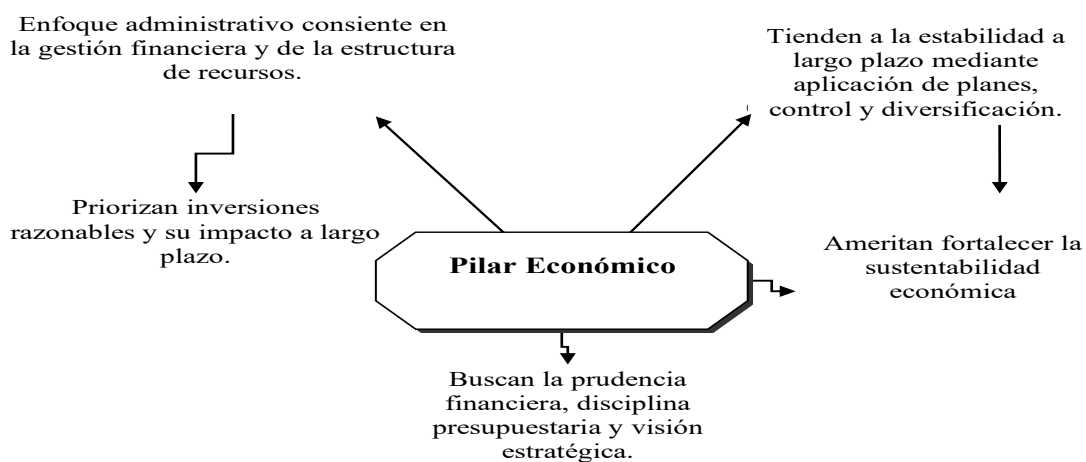
Mientras que el IF3 dijo: “Mi papel se basa en revisar que cada gasto sea necesario y que las compras se hagan con visión de ahorro, diversificamos los proveedores. Eso nos permite mantener estabilidad hoy y al mismo tiempo proyectar crecimiento para mañana.”. Al respecto, la información procedente del indicador pilar económico en Osmary Makeup Studio, by Osmary García F.P., pone de manifiesto un enfoque administrativo muy bien estructurado y consciente en la gestión financiera y de recursos. Los hallazgos muestran una clara inclinación hacia la estabilidad a largo plazo, apoyada en prácticas de planificación, control y diversificación.

Estos aspectos se revelan en el consenso total sobre la importancia de llevar a cabo una gestión financiera responsable y bien pensada, lo cual parte de priorizar inversiones que sean razonables y considerando su impacto en el crecimiento a largo plazo. Esta visión está en línea con la sustentabilidad económica, que busca garantizar la viabilidad futura de la organización. Además, las prácticas actuales se enfocan en un control riguroso y en la eficiencia para mantener el equilibrio financiero. En este sentido, se describen las herramientas específicas que utilizan, como la gestión de recursos a través de

presupuestos claros, control de gastos y revisiones periódicas, asegurando que no se pierda el equilibrio entre ingresos y egresos.

Se añade una dimensión operativa a este control, centrándose en la revisión de la necesidad de cada gasto y fomentando la visión orientada al ahorro en las compras, lo cual se estima como altamente recomendable, desde los fines de la sustentabilidad. En razón de lo señalado, se determina que el pilar económico se basa en la búsqueda activa de la estabilidad actual como fundamento para el crecimiento futuro. Destaca que juega un papel clave el hecho de buscar la diversificación de proveedores como una estrategia directa para reducir riesgos y lograr ahorros, lo que permite sentar las bases para el éxito. Así, la empresa centra su pilar económico en la prudencia financiera, la disciplina presupuestaria y una visión estratégica a largo plazo, lo que constituye una base sólida para cualquier programa de sustentabilidad.

Figura 5. Indicador. Pilar Económico



Nota: Conceptos emergentes para el indicador Pilar Económico.

Fuente: Elaboración propia (2025).

***Objetivo específico 2:** Identificar las oportunidades y barreras que percibe el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., para la implementación de prácticas sustentables en la gestión de la empresa.*

Indicador: Rol de alta dirección

En este particular se preguntó, según el Ítem 6, ¿Describe qué opinión le merece el tema de los objetivos de desarrollo sustentable desde su visión como líder de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.?; al respecto el IF1 explicó: “Considero que los objetivos de desarrollo sostenible son una guía fundamental. Desde la empresa tratamos de alinearnos con ellos, porque entendemos que no solo nos benefician a nosotros, sino que generan un impacto positivo en la sociedad.”. El IF2 relató: “Estos objetivos nos orientan para establecer prioridades y metas realistas. Nos sirven como marco de referencia para que las decisiones administrativas estén alineadas con lo que se espera a nivel mundial.”.

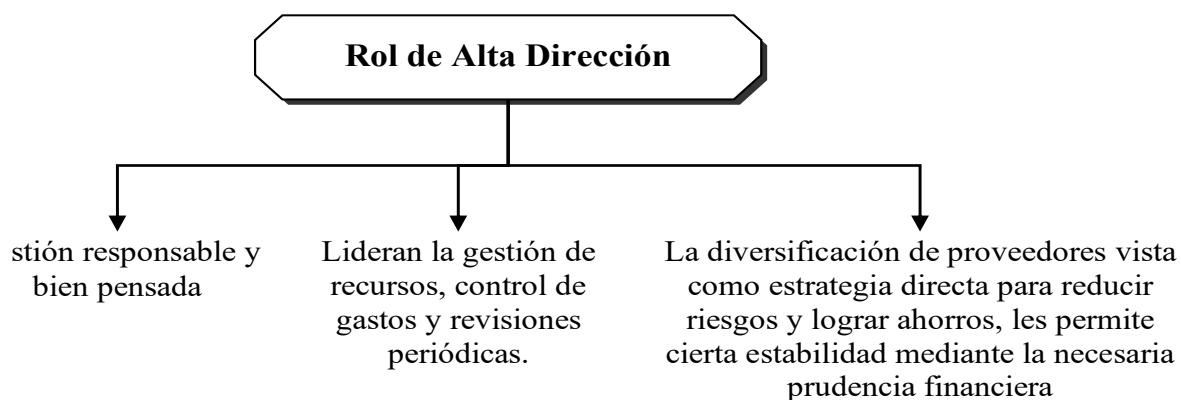
Mientras que el IF3 dijo: “Desde mi área pienso que los ODS ayudan a ordenar mejor nuestras acciones. Aunque a veces parecen lejanos, en la práctica nos guían a tomar decisiones más conscientes, es decir no pueden ser ignorados”. El análisis muestra que el indicador pilar económico en Osmary Makeup Studio, By Osmary García F.P., pone de manifiesto un enfoque administrativo bien estructurado y sensato en cuanto a la gestión financiera y de recursos. Los hallazgos muestran una clara inclinación hacia la estabilidad a largo plazo, apoyada en prácticas de planificación, control y diversificación.

Lo expuesto por los informantes devela que, desde el personal administrativo, existe un consenso total sobre la importancia de llevar a cabo una gestión financiera responsable y bien pensada. Se subraya que la gerencia se dedica a una planificación financiera cuidadosa, priorizando inversiones que sean razonables y considerando su impacto en el crecimiento a largo plazo. Esta

visión está en línea con la sustentabilidad económica, que busca garantizar la viabilidad futura de la organización.

Otro aspecto que se deriva de los hallazgos muestra que las estrategias utilizadas se enfocan en un control riguroso y en la eficiencia para mantener el equilibrio financiero. Los informantes describen los mecanismos específicos que emplean, como la gestión de recursos a través de presupuestos claros, control de gastos y revisiones periódicas, que ayudan a asegurar el control de las finanzas. Por tanto, se sigue una estrategia de estabilidad y crecimiento que favorece el pilar económico basado en la búsqueda activa de la estabilidad actual como fundamento para el futuro. En este caso, la diversificación de proveedores como una estrategia directa para reducir riesgos y lograr ahorros, permite cierta estabilidad mediante la necesaria prudencia financiera, la disciplina presupuestaria y una visión estratégica a largo plazo, lo que constituye una base sólida para cualquier programa de sostenibilidad.

Figura 6. Indicador. Rol de Alta Dirección



Nota: Conceptos emergentes para el indicador Rol de Alta Dirección

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Definir prioridades

También resultó de interés saber, ¿Cómo hace el personal directivo de la empresa para priorizar las metas que aspiran alcanzar a corto plazo?, al respecto el IF1 explicó: “Priorizamos las metas evaluando lo que es más urgente para el negocio y lo que al mismo tiempo puede generar mayor impacto positivo en la percepción de los clientes.”. El IF2 relató: “El personal directivo define prioridades con base en diagnósticos y revisiones periódicas de las metas. Pero a veces resulta difícil tener esa claridad para ver cuáles son los objetivos más urgentes.”.

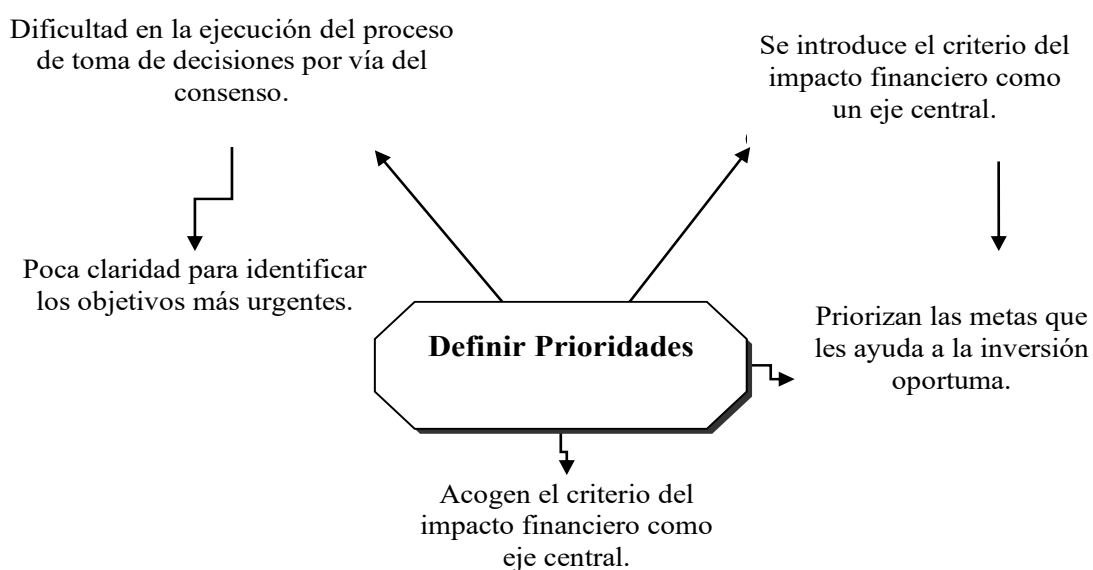
Mientras que el IF3 dijo: “Yo veo que las prioridades se definen según lo que más afecta los costos. Si una meta ayuda a ahorrar o a invertir mejor, se le da prioridad. Viéndolo de este modo, es complicado saber que es lo más urgente”. Los resultados de este indicador revelan que la empresa tiene una forma clara de articular los criterios que utiliza para priorizar sus metas. Se establece un razonamiento dual y equilibrado que combina la urgencia del negocio con el potencial de generar un impacto positivo en la percepción de los clientes.

Este enfoque muestra cómo se conectan la eficiencia operativa interna y el valor externo, como la reputación y la satisfacción del cliente, alineándose con los pilares de valor y económicos que se analizaron anteriormente. Además, se introduce el criterio del impacto financiero como un eje central, priorizando aquellas metas que ayudan a ahorrar o a invertir de manera más efectiva, lo que a su vez influye positivamente en los costos. Esto sugiere que la sostenibilidad económica se convierte en un filtro clave para la toma de decisiones a corto plazo.

Sin embargo, a pesar de contar con criterios bien definidos (diagnóstico, impacto en cliente/costos), los informantes clave mencionan que hay una dificultad inherente en la ejecución de este proceso. Aunque el personal administrativo se basa en diagnósticos y revisiones periódicas, a menudo les cuesta tener claridad para identificar los objetivos más urgentes. Tal dificultad

sugiere que podría haber una falta de herramientas, metodologías o un marco unificado que les permita evaluar los diferentes criterios (urgencia operativa, impacto en el cliente y costos) y llegar a un consenso sobre el orden de ejecución de las metas a corto plazo. Aunque la empresa sabe qué criterios debe utilizar para priorizar, enfrenta problemas para decidir cuál de esos criterios debe tener precedencia en un momento dado.

Figura 7. Indicador. Definir Prioridades



Nota: Conceptos emergentes para el indicador Definir Prioridades

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Definir responsabilidades

En este particular se buscó saber, ¿Qué aspectos considera al momento de definir las responsabilidades que cada miembro del personal administrativo debe cumplir en la empresa?; al respecto el IF1 explicó: “Al definir responsabilidades, consideramos las competencias de cada persona y tratamos de que sus tareas estén contestes con los objetivos que aspira alcanzar la empresa.”. El IF2 relató: “Se evalúan las funciones de acuerdo a los perfiles administrativos, buscando que cada uno cumpla roles específicos que aporten al logro de los objetivos organizacionales, para nosotros las competencias profesionales y humanas son esenciales.”.

Mientras que el IF3 dijo: “Yo creo que a pesar de ser una empresa que recién se inicia, ya estamos considerando las capacidades y experiencia de cada quien, pero a la par se debe cuidar que las responsabilidades sean realistas, que no se desvirtúen, ni se improvisen y se puedan cumplir sin afectar el trabajo en equipo.” Destaca en este análisis que la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., posee un enfoque basado en las competencias para la asignación de tareas, buscando la relación clara entre el capital humano y los objetivos organizacionales. Los hallazgos sugieren un proceso que, a pesar de la corta trayectoria de la empresa, busca ser profesional, realista y enfocado en la eficiencia.

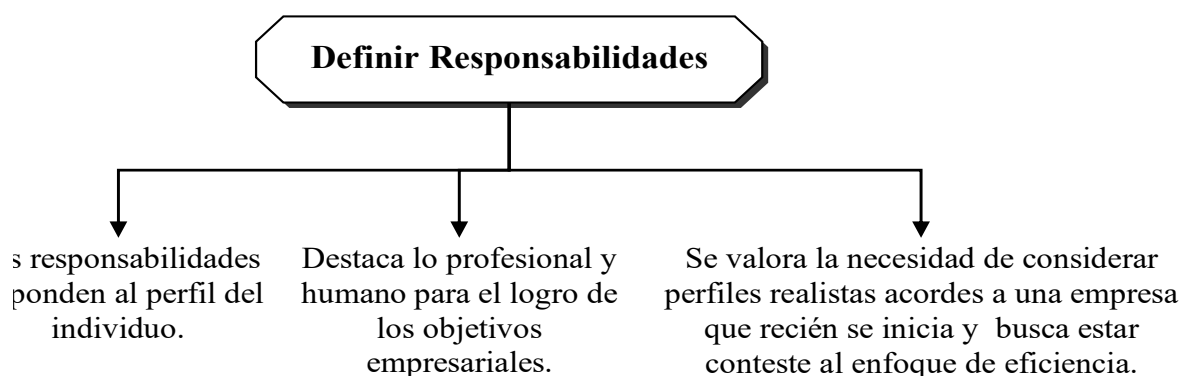
De tal modo, se coincide en que la definición de responsabilidades está intrínsecamente ligada al perfil del individuo. Se enfatiza la consideración de las competencias de cada persona para asegurar que sus tareas respondan a los objetivos de la empresa. Además, se refuerza esto al señalar la evaluación de las funciones de acuerdo a los perfiles administrativos, destacando que las competencias profesional y humano, garantiza el logro de los objetivos organizacionales. Esto indica que la empresa no solo busca las habilidades técnicas (competencias profesionales), sino también las

habilidades blandas o éticas (competencias humanas), lo cual es crucial para sostener los pilares sociales y de valor previamente analizados.

Ahora bien, el proceso de asignación de responsabilidades incorpora un elemento de realismo y prudencia, especialmente relevante para una empresa en fase inicial. Se subraya la necesidad de considerar las capacidades y experiencia de cada miembro, pero también de asegurar que las responsabilidades sean realistas. Así, se advierte la necesidad de evitar la improvisación y la desvirtualización de los roles, insistiendo en que las tareas asignadas no afecten el trabajo en equipo.

A tal fin, la empresa busca una asignación de responsabilidades que maximice la contribución individual a partir de sus fortalezas (competencias y experiencia), al mismo tiempo que mantiene la cohesión y la estabilidad del equipo administrativo al evitar cargas de trabajo irrealistas o ambiguas.

Figura 8. Indicador. Definir Responsabilidades



Nota: Conceptos emergentes para el indicador Definir Responsabilidades.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Incorporar los ODS

Se indagó, ¿Cómo procuran en la empresa el establecimiento de una cultura corporativa que gire en torno a los ODS, asegurando que se integren de manera transversal en todas las acciones que realizan?; al respecto el IF1 explicó: “Estamos trabajando en crear una cultura que integre los ODS, pero en realidad se maneja más a nivel de quienes tenemos roles administrativos que por el resto del personal, esto debe ser superado para que se reflejen en todas las actividades de la empresa.”. El IF2 relató: “El directivo se encarga de precisar lo concerniente a los ODS y de incluirlos como parte de los lineamientos administrativos. Pero aún no se consolida su integración de manera transversal.”. Mientras que el IF3 dijo: “Para mí, los ODS se incorporan en las pequeñas acciones: ahorro de recursos, buen trato, responsabilidad en el gasto. No siempre se mencionan con nombre, pero creo están presentes.”

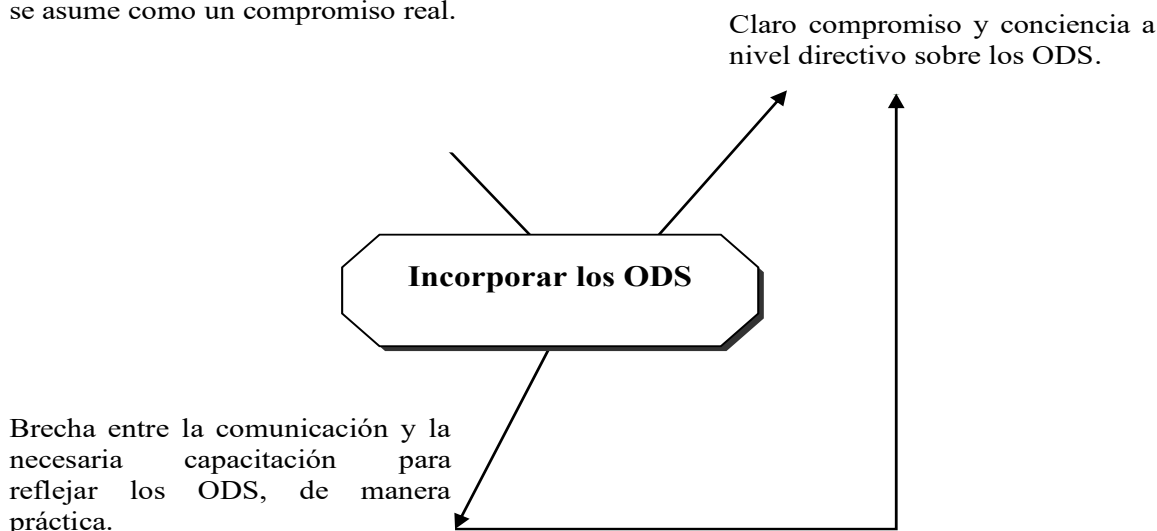
Se tiene que, Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., está en una etapa inicial y en crecimiento en cuanto a su integración. Esto se caracteriza por una conciencia administrativa y una aplicación práctica, aunque todavía carece de una transversalidad y formalización en toda la organización. Se evidencia que hay un claro compromiso y conciencia a nivel directivo sobre la importancia de los ODS; pero prevalece la apreciación acerca de su inclusión como parte de los lineamientos administrativos y sola responsabilidad del personal directivo. De allí, que esta cultura se vive más entre quienes ocupan roles administrativos que entre el resto del personal, lo que indica una brecha en la comunicación y capacitación que debe solventarse para que los ODS se reflejen en todas las actividades.

Visto de esta manera, se percibe que los ODS ya forman parte de la cultura de la empresa, aunque falte un marco formal y explícito. Es así, como aún se necesita formalizar y expandir este

conocimiento para lograr una integración transversal y explícita que impregne toda la cultura empresarial.

Figura 9. Indicador: Incorporar los ODS

Caracterizada por la conciencia administrativa y aplicación práctica de los ODS, que, aunque en su fase inicial, se asume como un compromiso real.



Nota: Conceptos emergentes para el indicador incorporar los ODS

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Comunicar y Reportar

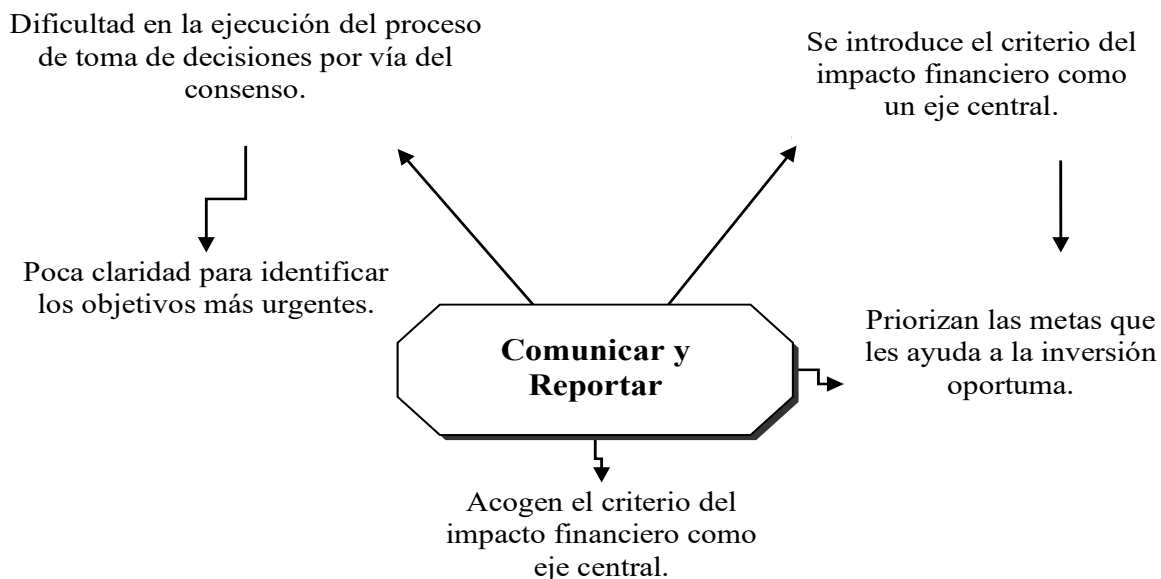
A su vez se interrogó, ¿Explicar de qué manera utilizan las redes sociales para educar a los consumidores sobre la importancia de la sostenibilidad en el mundo de la cosmética?; al respecto el IF1 explicó: “Usamos las redes sociales para educar a los clientes mostrando tips de cuidado ambiental, recomendaciones de productos responsables y mensajes que refuercen la importancia de la sostenibilidad.”. El IF2 relató: “En la parte administrativa apoyamos la comunicación digital con contenidos que expliquen cómo la empresa trabaja por ser más sustentable. Eso fortalece la

imagen y educa al consumidor.”. Mientras que el IF3 dijo: “Yo creo que cada publicación en redes, aunque sea pequeña, influye en los clientes. Explicamos que cuidar el ambiente también es parte de la belleza.”.

Se interpreta que Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., ha adoptado las redes sociales de manera activa como un canal clave para educar a los consumidores y comunicar sus prácticas de sostenibilidad. Los resultados indican que la comunicación no solo se limita a informar, sino que también busca conectar la sostenibilidad con el valor y la identidad de la marca en el mundo de la cosmética. Por tanto, hay un consenso claro sobre la importancia de las redes sociales para educar a los clientes.

Esta estrategia refleja un esfuerzo por ofrecer contenido práctico y ético, lo cual respalda una visión oportuna desde la gestión administrativa, señalando que se apoya la comunicación con el manejo de contenidos centrados en lo sustentable. Este enfoque cumple una doble función: educar al consumidor sobre prácticas responsables y, al mismo tiempo, fortalecer la imagen de la marca, conectando la sostenibilidad con su reputación. La vinculación de sostenibilidad con belleza y experiencia, resulta fundamental en la empresa, ya que va más allá de simplemente informar sobre prácticas y busca crear una conexión emocional y de valor con el consumidor, posicionando el compromiso ambiental no como un costo o una obligación, sino como una parte esencial del concepto de belleza y bienestar que promueve la referida organización.

Figura 10. Indicador: Comunicar y Reportar



Nota: Conceptos emergentes para el indicador Comunicar y reportar

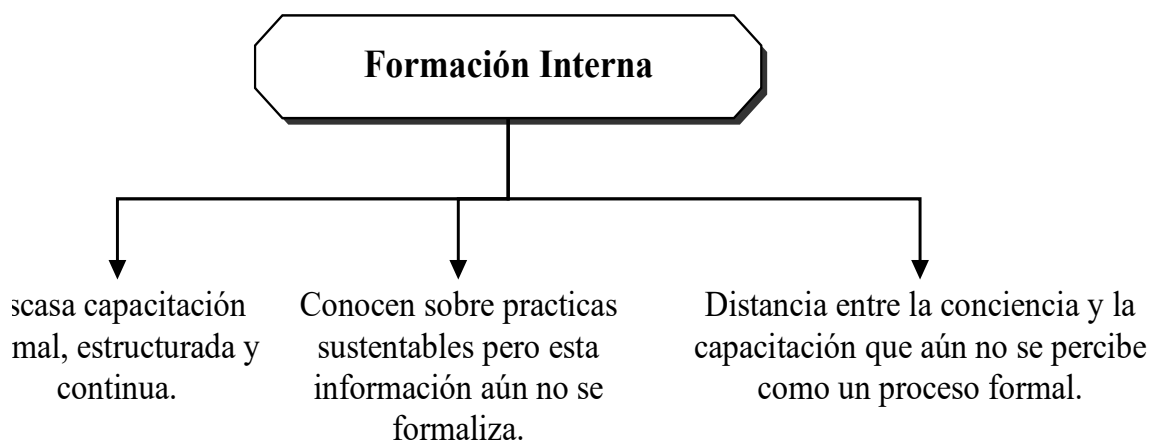
Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Formación Interna

Se indagó, ¿En la empresa todo el personal se ha capacitado a través de seminarios o conferencias sobre temas como el reciclaje adecuado, el uso responsable del agua y la energía, la elección de productos de limpieza sostenibles, entre otros?, al respecto el IF1 explicó: “Sí, tenemos conocimiento sobre esto, pero no lo hemos promovido a través de capacitaciones formales. Es un proceso en el que seguimos trabajando.”. El IF2 relató: “Se han realizado algunas reuniones internas donde se habla sobre las buenas prácticas ambientales y administrativas. Pero no como parte de la capacitación continua.”. Mientras que el IF3 dijo: “Yo recuerdo que hemos tenido reuniones donde se habla de cuidar el agua, la energía y también de cómo manejar mejor los insumos. Pero, así como seminarios, conferencias, aun no lo hacemos.”

Según los hallazgos, se muestra que en la empresa hay una conciencia bastante extendida sobre la importancia de las prácticas de sustentabilidad. Sin embargo, se nota la falta de un programa de capacitación formal, estructurado y continuo en estos temas. De tal modo, se tiene que el equipo posee conocimientos sobre aspectos como el reciclaje, el uso responsable del agua y la energía, así como la gestión de insumos, pero esta información se comparte de manera informal. De allí, se reconoce que, aunque hay conocimiento, no se ha fomentado a través de capacitaciones formales. Esto sugiere que la capacitación actual es más reactiva o puntual, en lugar de ser sistemática. En consecuencia, la principal implicación de este indicador es la distancia entre la conciencia y la capacitación que aún no se percibe como un proceso formal.

Figura 11. Indicador Formación Interna



Nota: Conceptos emergentes para el indicador formación interna.

Fuente: Elaboración propia (2025).

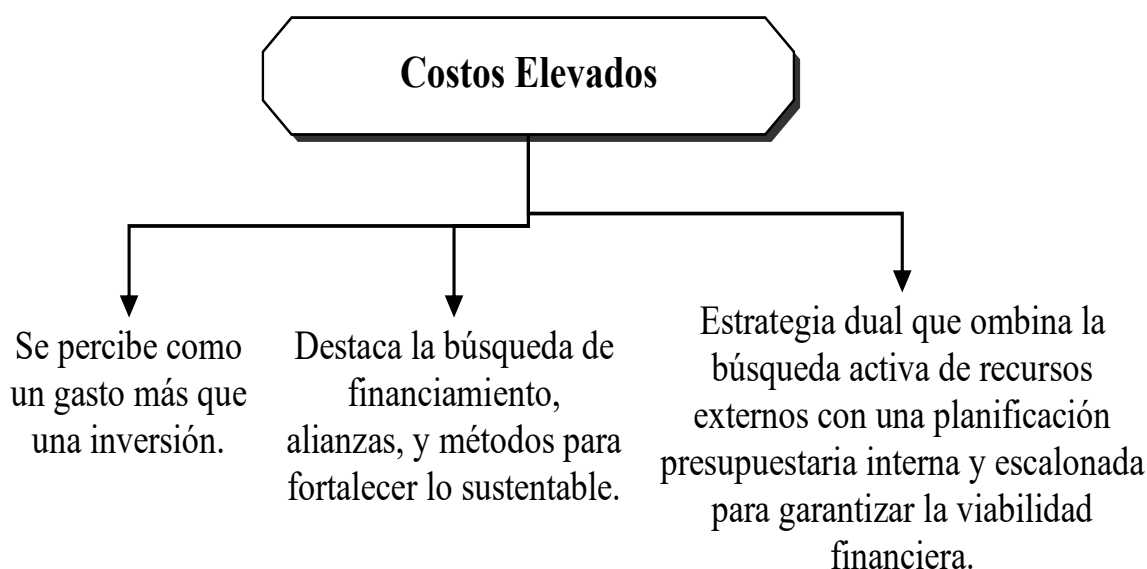
Indicador: Costos elevados

Al considerar que la implementación de proyectos de sustentabilidad en la empresa requiere una inversión inicial considerable, se preguntó ¿Cómo harían para llevarlos a cabo sin que los costos se conviertan en un desafío para Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.?, el IF1 explicó: “Vemos los proyectos de sustentabilidad como un gasto que necesitamos asumir. Por eso debemos buscar financiamiento, alianzas y estrategias que nos permitan implementarlos sin comprometer nuestro presupuesto”. El IF2 comentó: “Administrativamente, se planifican los costos de forma gradual para que este gasto no afecte de golpe las finanzas de la empresa.”. Mientras que el IF3 dijo: “Yo pienso que, si se administra bien, esos proyectos se pueden costear poco a poco, convirtiéndose en una inversión necesaria. Lo importante es priorizar lo que realmente genera ahorro y no gastar en lo innecesario.”.

El análisis del indicador de Costos Elevados, muestra que el equipo administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., ve la inversión inicial como un reto que viene con los proyectos de sustentabilidad. Sin embargo, lo enfrentan con una mentalidad proactiva y estratégica, considerándolo no solo un gasto, sino una inversión que debe manejarse con cuidado financiero. Hay un cambio importante en la forma de pensar entre los informantes que llegan a ver los proyectos de sustentabilidad como un gasto y quienes difieren determinándola como una inversión, lo que va más allá de la idea de un simple costo que no se recupera. A la par, se sugiere una estrategia externa para reducir el impacto en el presupuesto, buscando activamente financiamiento, alianzas y métodos que permitan llevar a cabo proyectos sin poner en riesgo las finanzas actuales. Esto resalta la comprensión de que los recursos internos pueden no ser suficientes, lo que requiere un liderazgo administrativo que movilice capital externo.

Lo valioso es que la empresa no se siente paralizada por la idea del costo, sino que ha creado una estrategia dual que combina la búsqueda activa de recursos externos con una planificación presupuestaria interna y escalonada para garantizar la viabilidad financiera en su camino hacia la sustentabilidad.

Figura 12. Indicador Costos Elevados



Nota: Conceptos emergentes para el indicador costos elevados

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Falta de regulación

Otro aspecto indagado se centró en el hecho que en el mundo empresarial hay un aumento en las normativas para la cosmética sostenible, pero ante esta realidad ¿Cómo haría Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P. para competir en este novedoso escenario?; al respecto el IF1 explicó: “La empresa debe adaptarse a las regulaciones, incluso si eso implica cambios. Vemos esas normas como oportunidades para mejorar y diferenciarnos.”; el IF2 relató: “Desde la administración nos mantenemos atentos a las regulaciones nacionales e internacionales, de manera

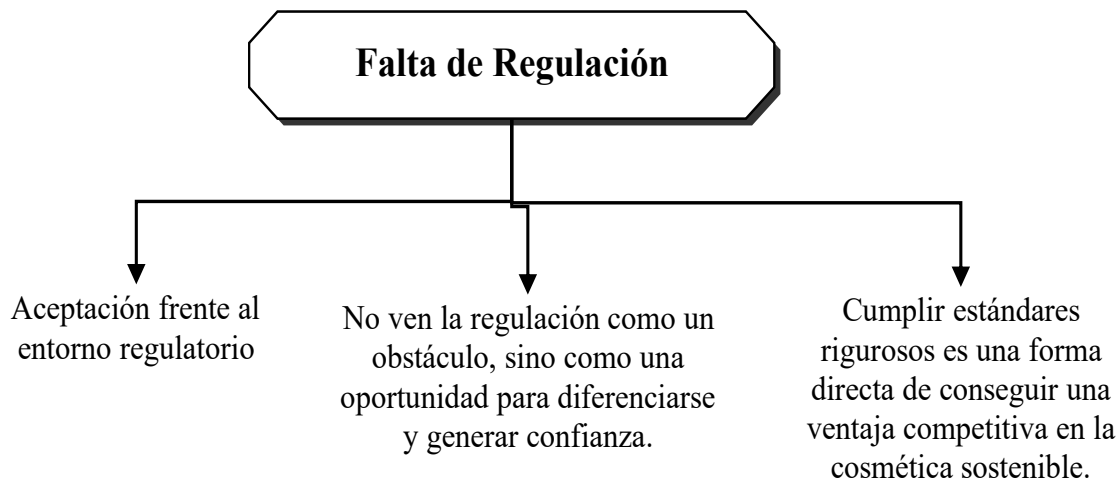
que la empresa pueda anticiparse y responder a tiempo.”. Mientras que el IF3 dijo: “Para mí, cumplir con las normas es inevitable, y aunque implique costos, también ayuda a que la empresa sea vista como confiable y seria.”

La interpretación derivada y la forma de competir ante el aumento de la normativa muestra que Osmar Makeup Studio, By Osmar García F.P., tiene una mentalidad proactiva y estratégica frente al entorno regulatorio que está surgiendo en el ámbito de la cosmética sostenible. Los hallazgos indican que la empresa no ve la regulación como un obstáculo, sino como una oportunidad para diferenciarse y generar confianza. Hay un consenso claro en que adaptarse a las nuevas normativas es tanto inevitable como beneficioso y más bien despierta la idea de la regulación como oportunidad de diferenciación.

Esta visión sugiere que cumplir con estándares rigurosos es una forma directa de conseguir una ventaja competitiva propia de la cosmética sostenible. De allí, que cuenta el monitoreo proactivo y fortalecimiento de la confianza, mediante la planificación de las inversiones y cambios operativos de manera gradual, en lugar de reaccionar de forma apresurada a las normativas.

Así, se relaciona el cumplimiento normativo con el valor y la reputación de la empresa, que, aunque implique costos, contribuye a que la empresa sea vista como confiable y seria. Se reveló que Osmar Makeup Studio se centra en el cumplimiento proactivo como una herramienta para gestionar riesgos y, lo más importante, como un generador de reputación y credibilidad en un mercado de consumidores cada vez más exigente.

Figura 13. Indicador Falta de regulación.



Nota: Conceptos emergentes para el indicador falta de regulación.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Resistencia al cambio

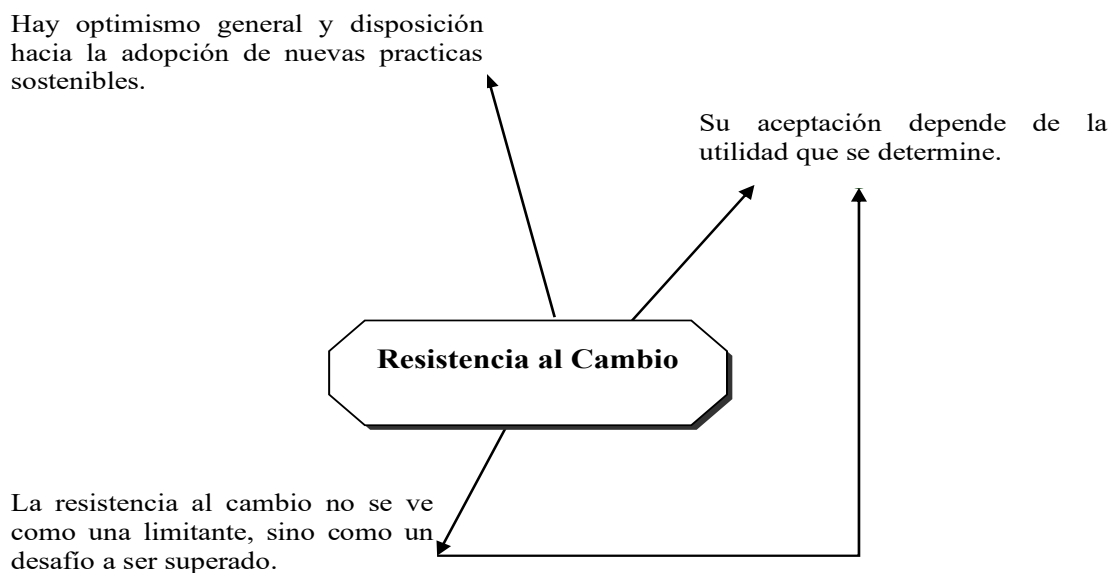
Prosiguiendo con la indagación se preguntó desde su opinión y como parte del personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., ¿Considera que los empleados y clientes están dispuestos a la adopción de nuevas tecnologías sostenibles en el mundo de la cosmética?, en este sentido, el IF1 explicó: “Considero que sí, tanto el personal como los clientes están cada vez más abiertos a aceptar tecnologías sostenibles, siempre que se les explique su utilidad y beneficios.” El IF2 relató: “En la práctica hemos visto que al principio hay resistencia, pero con capacitación y buena comunicación, los empleados y clientes terminan adaptándose.”.

Mientras que el IF3 dijo: “Yo pienso que sí están dispuestos, aunque a veces cuesta un poco al inicio. Cuando ven que es algo que mejora el trabajo o el servicio, lo aceptan.”. El análisis de este indicador muestra que, aunque Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., no enfrenta una oposición significativa a las tecnologías sostenibles, sí hay una resistencia inicial que necesita

ser superada. Para lograrlo, es fundamental implementar estrategias de comunicación, educación y demostrar el valor de estas tecnologías. De modo favorable, el personal administrativo muestra un optimismo general sobre la disposición de empleados y clientes para adoptar nuevas tecnologías sostenibles. Sin embargo, reconocen que esta aceptación no es automática; sino que depende del reconocimiento de su utilidad y beneficios. Esto resalta la importancia de un enfoque educativo y transparente al introducir cualquier innovación en sostenibilidad.

En efecto, la resistencia al cambio no se ve como un obstáculo insuperable, sino como un desafío que requiere que el personal administrativo demuestre el valor añadido centrado en la mejora del servicio o la tarea de las tecnologías sostenibles para poder lograr una adopción completa de esta importante tarea.

Figura 14. Indicador Resistencia al cambio.



Nota: Conceptos emergentes para el indicador resistencia al cambio.

Fuente: Elaboración propia (2025).

Indicador: Impacto ambiental

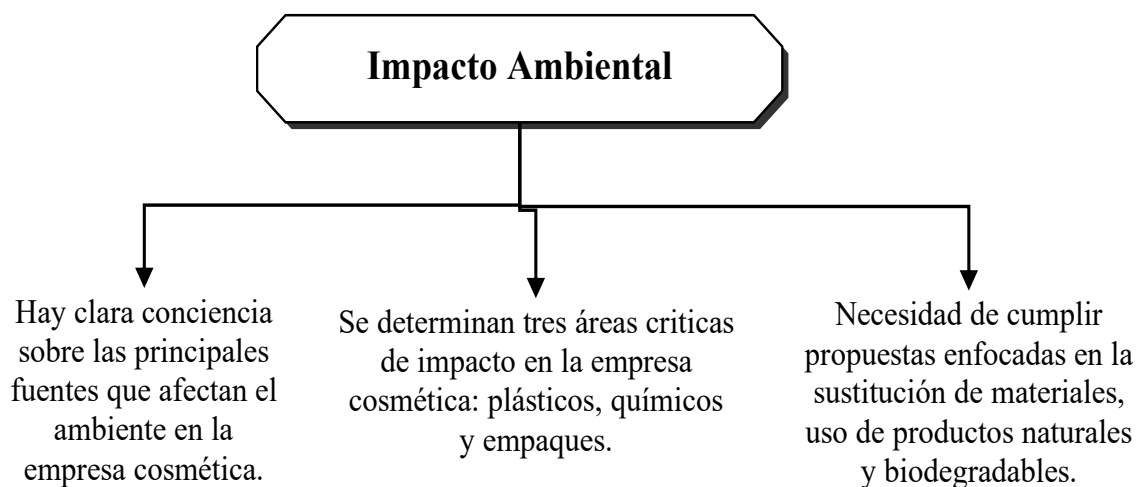
En este caso se interrogó: ¿Describe de qué manera la empresa de la cosmética impacta negativamente en el ambiente y qué propone para resolverlo?, el IF1 explicó: “Sabemos que la cosmética puede impactar en el ambiente por el uso de plásticos, químicos y empaques. Nuestra propuesta es movernos hacia la preferencia de materiales biodegradables y promover prácticas de reciclaje.”. El IF2 relató: “Administrativamente reconocemos que hay un impacto ambiental, sobre todo por los desechos. La solución es diseñar políticas internas que reduzcan ese efecto, como ahorro energético, uso de material biodegradable, alianzas con empresas que reciclan.” Mientras que el IF3 dijo: “Yo lo veo en la cantidad de empaques y desechos que se generan. Para resolverlo, pienso que se puede trabajar con envases retornables y aprovechar mejor los recursos.”.

El análisis del indicador impacto ambiental revela que el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., posee una conciencia clara y unánime sobre las principales fuentes de afectación ambiental generadas por su actividad, concentrando sus preocupaciones en los desechos y empaques. Esta conciencia se traduce en propuestas que se enfocan en la sustitución de materiales y la modificación de políticas internas y de la cadena de suministro. Destaca por su importancia el hecho del reconocimiento de fuentes de impacto negativo que realmente existen en este tipo de empresas. Así, los informantes identifican consistentemente las tres áreas críticas donde la industria cosmética impacta negativamente: plásticos, químicos y empaques que se desechan.

También se revela que los mismos informantes señalan propuestas para la reducción de la problemática identificada, las cuales permiten deducir que se centran en estrategias dirigidas al mejor uso de productos y aplicación de estrategias administrativas/operacionales, que en conjunto les compromete a migrar hacia el uso de materiales más biodegradables, trabajar con envases

retornables y aprovechar mejor los recursos. Estas propuestas requieren una inversión en investigación, desarrollo y cambios en la selección de stock. Asimismo, cuenta la búsqueda de soluciones a través de las alianzas para promover prácticas de reciclaje. De tal modo, se manifestó una comprensión madura del impacto que la empresa tiene en materia de sustentabilidad. La solución que proponen quienes ejercen como administradores y gerente es una combinación válida de innovación en materiales (biodegradables/retornables) y disciplina administrativa (políticas y proveedores responsables) para atacar el problema de los desechos en su origen y en su disposición final.

Figura 15. Indicador Impacto Ambiental.



Nota: Conceptos emergentes para el indicador impacto ambiental.

Fuente: Elaboración propia (2025).

4.1. Discusión de Hallazgos

Una vez obtenidos los hallazgos del estudio, se presenta la discusión, que hace una evaluación crítica de estos resultados y destaca su relación con el marco teórico que apoya la investigación y los antecedentes investigados. Por lo tanto, se revelan una serie de impresiones que van desde la identificación de coherencias y contradicciones, hasta abrir un panorama enriquecedor desde el punto de vista de la contaduría pública y los proyectos con impacto social, tan importantes en la coyuntura actual.

Uno de los hallazgos relevantes se concentra en la determinación de los principios empresariales de sustentabilidad que permitieron conocer la presencia de una naciente, pero a su vez creciente visión de la sustentabilidad, vista no solo como un proceso que compromete lo financiero, sino que también concentra su interés en lo social, lo ambiental y todo aquello trasciende lo monetario. Así se perciben actuaciones favorables a asumir los ODS como una herramienta integral que actúa para direccionar de manera estratégica a las empresas, en este caso las dedicadas al área de la cosmética como lo es Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

Fue así como los hallazgos del estudio realmente coinciden con las derivaciones obtenidas en el estudio previo que Martínez (2021), realizó para la Universidad Pontificia en Madrid, sobre: “La sustentabilidad aplicada a la industria cosmética”, es así, como se determina en ambas investigaciones que el concepto de sustentabilidad posee gran vigencia y pertinencia en el momento actual reorientado las acciones empresariales hacia nuevas visiones que necesariamente susciten el compromiso firme del colectivo con el desarrollo humano, lo cual concierne con el estudio en desarrollo.

Asimismo, se replican los resultados alcanzados por Sonsoles (2021), en su indagación acerca de: “Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la metodología SDG Compass en la industria

de la belleza”. La información recopilada resalta que los aspectos teóricos se relacionan al estimar la necesidad de explorar una nueva perspectiva y misión empresarial sustentada en la sustentabilidad como un enfoque común que coloca la labor empresarial de cara a la realidad de la humanidad. Esto tiene correspondencia con lo expuesto por Lubin y Esty (2010), al referir que el impacto medioambiental, social y ético ha actuado como un detonante para mover a las empresas a crear valor para los clientes, accionistas y otras partes interesadas. Esto deja ver la importancia de asumir la esperada corresponsabilidad tan importante al considerar lo sustentable.

Seguidamente, los hallazgos confirman que los pilares de la sustentabilidad no resultan ajenos a la empresa en estudio, por cuanto se manifiesta una conciencia inicial favorable a considerar lo concerniente a los mismos, a fin de orientar las prácticas que en la organización se realizan. Fue así como se verifica que, a pesar de ser una empresa de reciente data, ya camina sobre la consecución de estos pilares, tan valiosos para promover una nueva dinámica operativa.

De allí, que el componente ecológico, social y económico de la sustentabilidad coexisten principalmente a través de la cultura organizacional y las interacciones que cotidianamente se dan en la empresa entre los empleados y de estos con los clientes. Esto confirma, lo señalado en las cimentaciones teóricas, entre las que cuenta Díaz (2018), al señalar que dichos pilares son el equilibrio capital para el bienestar del planeta y aluden a una construcción concebida desde el holismo que figura el saberse que no se es una unidad aislada, sino parte de un todo integrado, donde confluyen afectaciones de las cuales la responsabilidad es simultánea.

En esta misma línea, se enfatiza que la igualdad de oportunidades es un principio fundamental, con el objetivo de incluir a todos los individuos sin distinción. En cuanto a la práctica, en Osmary Makeup Studio, by Osmary García F.P., ya se pone de manifiesto un enfoque

administrativo muy bien estructurado y consciente de los referidos pilares, los cuales aún sin concretarse del todo, han logrado dinamizar los primeros avances en esta materia.

Estos aspectos se revelan en el consentimiento total sobre la forma clara que están asumiendo desde los roles de alta gerencia para tomar decisiones y articular los criterios más válidos para priorizar sus metas. Esto avala lo señalado por Laudon (2016), al mostrar su argumento sobre la eficiencia operativa interna y el valor externo, como la reputación y la satisfacción del cliente, alineándose con los pilares ecológico, social y económico que se analizaron anteriormente.

Por otra parte, los resultados se contraponen con lo sostenido por Lorenzo (2012), al delimitar que también se fomenta lo sustentable en el fragmento financiero. En este caso, la empresa amerita tener mayor claridad para lograr darle prerrogativa a los elementos financieros que en la industria de la cosmética resultan muy volátiles y deben buscar edificar sistemas económicos que no solo prosperen en la actualidad, sino que además resistan el desafío del tiempo. Esto se deduce al percibir que en la empresa objeto de estudio los augurios descuellan que la visión de éxito se desplaza de lo económico a lo cualitativo y comunitario, sin concentrarse únicamente en lo económico.

En efecto, se amerita fortalecer cada uno de los pilares para conjugarlos en una vertiente que una lo cualitativo y cuantitativo desde un sano equilibrio que logre conducir los proyectos hacia la valoración de todos los elementos que sean capaces no solo de sustentar a la organización desde lo social y ecológico; sino también desde el plano monetario y las crecientes demandas que este mercado experimenta en los últimos años.

4.2. Vinculación con Objetivos Institucionales

Un elemento importante en esta investigación es demostrar la relación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con los proyectos institucionales que la Universidad Valle del Momboy lleva a cabo. Esto se debe a que los procesos exigidos están enfocados en la sostenibilidad social, económica y ambiental, lo cual va más allá de lo meramente administrativo para ser abordado desde una perspectiva renovada e integral, alineada con las nuevas ideas globales sobre este asunto.

Así pues, en este capítulo se puso de manifiesto que el desarrollo sostenible debe ser considerado una práctica necesaria e ineludible. Desde ese punto, la universidad se propone abordar las necesidades sociales mediante la investigación, que es una actividad orientada a descubrir las demandas de la sociedad. Se centra en proyectos que destaquen los trabajos de relevancia social, como el presente estudio que centra su interés en el mercado de la cosmética, el cual implica nuevas realidades empresariales vinculadas íntimamente con las necesidades y expectativas humanas, cada vez más cambiantes.

Esto conduce a considerar que la propuesta de un programa de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.; resulta fundamental para fomentar las nuevas visiones y valores que en la actualidad demanda la sociedad de sus empresas. En consecuencia, al tocar la empresa de la cosmética que guarda relación con el bienestar de la persona, se enlaza con el (ODS 3) enmarcado en la Salud y Bienestar. Este objetivo busca asegurar que todos, sin importar la edad, tengan acceso a una vida saludable y a un bienestar integral. En este sentido, propende al manejo seguro de sustancias químicas utilizadas en productos, así como la promoción de ingredientes que sean inofensivos o naturales, cuidando así tanto la salud de los empleados como la de los clientes.

Por otra parte, consiente la ejecución de iniciativas que promueven la Educación de Calidad (ODS 4) a través de la capacitación permanente del personal, con proyección a la formación de los clientes en materia de uso responsable de los productos químicos, los desechos, el ahorro energético, buen uso del agua, entre otros aspectos.

Conjuntamente, es fundamental que el personal administrativo adquiriera las habilidades y conocimientos necesarios sobre sostenibilidad, lo que a su vez hace que la empresa sea más responsable. Este proceso se conoce como el papel que juegan las empresas al ofrecer formación a sus empleados para fomentar el desarrollo sostenible. Igualmente, se relaciona con Crear Trabajo Decente y Crecimiento Económico (ODS 8), al estimular oportunidades laborales y de capacitación en sustentabilidad que no solo potencia las habilidades del personal, haciéndolo más valioso y adaptable, sino que también impulsa un crecimiento económico más sostenible para la empresa.

Otro relacionamiento que surge es con el (ODS 17), referido a las Alianzas para lograr los Objetivos, el cual se enfoca en revitalizar la coalición mundial para el desarrollo sostenible, mediante lo expuesto en la Agenda 2030, que alude al compromiso interno que es fundamental para fomentar la colaboración global y promover cambios de hábitos a nivel micro (empresa) y macro (sociedad).

Destaca el (ODS 12): Producción y Consumo Responsables, que se basa en gestionar de manera eficiente los recursos naturales y en reducir la cantidad de desechos que se generan. De allí, que guarda relación con el rol del equipo administrativo que tiene un papel clave en la gestión de residuos, como envases, cartón y productos químicos. También motiva a promover un uso más eficiente de la energía y el agua en los salones, además de elegir proveedores que utilicen ingredientes sostenibles y empaques ecológicos, contribuyendo así a la economía circular.

En este contexto, la UVM se posiciona como una organización fundamental con el potencial de fortalecer estas dinámicas a través de una misión institucional que refleja su compromiso con la equidad, inclusión, sostenibilidad e innovación. Aquí se establece una conexión clara con la sostenibilidad en sus dimensiones ambiental, social y económica. Al identificar áreas de mejora de manera integral, no solo se abordan problemas, sino que también se crean oportunidades para la investigación aplicada y la propuesta de soluciones que fomenten prácticas más sostenibles en la región. Esto incluye la búsqueda de soluciones innovadoras en la gestión de residuos, , la implementación de iniciativas de reciclaje y el compromiso común en la construcción de mejores condiciones de vida.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Cumplidos los pasos requeridos para la recopilación de los datos y su interpretación a la luz de los objetivos establecidos, con base en la información suministrada por los informantes seleccionados se concluye lo siguiente:

En relación con el primer objetivo que buscó diagnosticar desde las percepciones del personal administrativo la aplicación de los pilares de la sustentabilidad en la gestión de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.; se concluye que asumen un modelo de gestión que destaca por sus sólidas fortalezas en los aspectos social y económico, indicando que el compromiso con el medio ambiente aún es incipiente y está limitado por su infraestructura y modelo de negocio.

De hecho, hay un consenso total entre los informantes clave sobre la práctica real de la igualdad de oportunidades, la justicia laboral y el trato respetuoso e inclusivo, tanto para el personal como para los clientes, lo que va más allá de la mera normativa y se convierte en un principio operativo. Así, el enfoque administrativo se centra activamente en la formación, el crecimiento continuo del personal y la promoción de un ambiente laboral participativo, lo que demuestra un firme compromiso con la equidad y el bienestar interno, elementos esenciales para la sostenibilidad social.

Por otro lado, la gestión financiera se percibe como consciente, responsable y estratégicamente orientada hacia la sostenibilidad económica a largo plazo. En tal sentido, el personal administrativo implementa prácticas de disciplina presupuestaria, un control riguroso de gastos y la diversificación de proveedores para mitigar riesgos y asegurar la estabilidad actual. Esta visión de planificación y control estricto garantiza un equilibrio entre ingresos y egresos,

estableciendo una base económica viable y prudente que es fundamental para mantener cualquier programa futuro de sostenibilidad.

Sin embargo, en cuanto a la Dimensión Ambiental, esta es la que presenta el mayor desafío y la brecha más evidente en la gestión de la empresa. Aunque hay un liderazgo administrativo incipiente, reflejado en la digitalización de archivos (una medida ecológica más sólida), la percepción es que las acciones son puntuales y no forman parte de un plan integral. Los principales obstáculos se encuentran en las limitaciones operativas y estructurales propias del sector de la perfumería: la alta dependencia de energía eléctrica para el control de temperatura, la falta de iluminación natural y las dificultades y costos asociados al manejo de los múltiples desechos que se generan.

Ahora bien, la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., aborda la sustentabilidad de una manera un tanto desigual; maneja con éxito los aspectos social y económico gracias a su cultura organizacional y su enfoque prudente en la administración. Sin embargo, para lograr una sustentabilidad completa, el diagnóstico revela la urgente necesidad de implementar un plan estratégico con mayor énfasis en lo ambiental, respaldado por una inversión en infraestructura que aborde de manera efectiva la eficiencia energética y mejore la gestión de residuos. Esto permitiría superar las barreras operativas que actualmente limitan la integración de la sustentabilidad en su día a día.

Luego, el segundo objetivo se orientó a identificar las principales barreras y oportunidades que percibe el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., para la implementación de prácticas sustentables en la gestión de la empresa; así pues, se puso de manifiesto que la principal oportunidad para implementar prácticas sostenibles en la empresa radica en la fuerte relación existente entre la dirección con el principio de sostenibilidad

económica. La administración es vista como un proceso clave que desempeña un papel de liderazgo consciente y estratégico, priorizando una planificación financiera responsable y las inversiones con una visión de crecimiento a largo plazo.

Este enfoque crea un ambiente propicio para la sostenibilidad, ya que establece el control riguroso y la eficiencia como requisitos esenciales de la gestión. Así, cualquier práctica sostenible que demuestre un impacto positivo en el ahorro, la eficiencia operativa o el valor/reputación ante el cliente tiene una alta probabilidad de ser aprobada e integrada, ya que se ordena con los filtros económicos y de valor previamente definidos por la alta dirección. Sin embargo, el proceso administrativo enfrenta una barrera crítica en la ejecución operativa y la priorización de metas a corto plazo. A pesar de contar con criterios claros para la toma de decisiones (como el impacto financiero, el valor para el cliente y la eficiencia interna), los informantes clave perciben una dificultad metodológica para unificar y ponderar estos criterios.

La falta de un marco de trabajo o herramienta unificada impide que el personal administrativo logre un consenso ágil sobre el orden de ejecución de las iniciativas. Como resultado, la implementación de prácticas sostenibles, aunque cuenta con el respaldo conceptual y económico de la dirección, puede verse ralentizada o inconsistente debido a la ausencia de una metodología clara que traduzca la visión estratégica en un orden de acción táctico que resuelva la tensión entre la urgencia operativa y el impacto sustentable.

En cuanto a la asignación de responsabilidades, los mecanismos internos de la empresa buscan integrar la sustentabilidad desde una gestión del capital humano muy eficiente, aunque la difusión y formalización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la capacitación aún están en sus primeras etapas. Por un lado, la asignación de responsabilidades es una fortaleza clave, ya que se basa en un enfoque por competencias que maximiza la contribución individual y la

eficiencia del equipo administrativo, ofreciendo una estructura organizacional sólida que puede asumir nuevas tareas y proyectos sostenibles.

Por otro lado, la incorporación de los ODS y la capacitación formal son las principales áreas que necesitan mejorar. Aunque hay una conciencia y compromiso a nivel directivo y administrativo sobre la importancia de los ODS, su aplicación no es lo suficientemente transversal ni formal. La sustentabilidad se ve como una responsabilidad exclusiva de la alta dirección, lo que crea una brecha cultural que impide que los ODS se integren y se reflejen en las actividades del personal no administrativo. Esta limitación se ve agravada por una capacitación que es más reactiva que sistemática, lo que mantiene una distancia entre la conciencia administrativa y el conocimiento práctico y formal necesario para implementar la sustentabilidad como una estrategia integral en toda la organización.

Prosigue el tercer objetivo dedicado a diseñar estrategias para la conformación de un programa de desarrollo en sustentabilidad efectivo para el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., conocidos los resultados anteriores se derivó el aporte propositivo de un plan de estrategias de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto de la empresa, lo cual resulta fundamental para fomentar las nuevas visiones y valores que en la actualidad demanda la sociedad de sus empresas. En consecuencia, al tocar la empresa de la cosmética que guarda relación con el bienestar de la persona, se propende al manejo seguro de sustancias químicas utilizadas en productos, así como la promoción de ingredientes que sean inofensivos o naturales, cuidando así tanto la salud de los empleados como la de los clientes.

Esto a través de la capacitación permanente del personal, con proyección a la formación de los clientes en materia de uso responsable de los productos químicos, los desechos, el ahorro energético, buen uso del agua, entre otros aspectos. Conjuntamente, es fundamental que el personal

administrativo adquiera las habilidades y conocimientos necesarios sobre sostenibilidad, lo que a su vez hace que la empresa sea más responsable. Este proceso se conoce como el papel que juegan las empresas al ofrecer formación a sus empleados para fomentar el desarrollo sostenible.

Al identificar áreas de mejora de manera integral, no solo se abordan problemas, sino que también se crean oportunidades para la investigación aplicada y la propuesta de soluciones que fomenten prácticas más sostenibles en la región. Esto incluye la búsqueda de soluciones innovadoras en la gestión de residuos, la implementación de iniciativas de reciclaje y el compromiso común en la construcción de mejores condiciones de vida.

Por lo tanto, el plan propuesto posee un potencial de sostenibilidad que trasciende la simple recolección y el vertido de basura. Así, posee relevancia inmediata y a largo plazo en el contexto actual, donde la gestión de residuos sólidos representa un desafío crítico a nivel global y, especialmente, en Venezuela. Esto debido a que enfrentar la problemática indagada no es solo una cuestión de salud pública, sino que también es un pilar esencial para el desarrollo sostenible del municipio San Cristóbal.

En el ámbito ambiental, se anticipa una notable reducción de la contaminación en el suelo, el agua y el aire, además de una disminución de la huella de carbono relacionada con los residuos. Desde el punto de vista económico, la adopción de estrategias de economía circular, como el reciclaje y la reutilización, podría abrir nuevas puertas en términos de empleo y emprendimiento, al mismo tiempo que optimiza el uso de los recursos de la comunidad al disminuir la cantidad de desechos.

5.2. Recomendaciones

Es importante que la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., acoja expresamente un programa de desarrollo en sustentabilidad efectivo para el personal

administrativo, visto como una herramienta fundamental que permita enfocarse no solo en el retorno de la inversión económica; sino también en lo ambiental y social que prioriza el contenido humano de la actividad empresarial.

Se sugiere que la empresa lleve a cabo el programa diseñado que considera la realidad que caracteriza a la empresa, al tiempo que combina la visión sustentable tan necesaria en los momentos actuales que vive la humanidad.

Es recomendable motivar a los clientes a que devuelvan los envases vacíos de maquillaje, sin importar la marca, al estudio. La empresa puede encargarse de enviarlos a centros de reciclaje especializados o a programas de empresas de belleza.

Es necesario reemplazar los materiales de un solo uso por alternativas reutilizables, como discos desmaquillantes de tela de algodón orgánico, toallas pequeñas de microfibra y paletas de mezcla que se pueden lavar. Además, optar por iluminación LED de bajo consumo es una excelente opción.

Interesa negociar con marcas de maquillaje que sean naturales o veganas, y que además sean de alta calidad y sostenibles, para convertirte en un punto de venta y afiliado.

Es importante medir el impacto social de manera estructurada, creando indicadores y métricas que faciliten una evaluación más sistemática del impacto social, al mismo tiempo que se integren indicadores financieros y ambientales.

Es fundamental que asuman la renovada visión de sustentabilidad para asegurar la continuidad de la empresa. Esto implica llevar a cabo una planificación de costos minuciosa y considerar proyecciones de ingresos realistas que garanticen la viabilidad a largo plazo de sus iniciativas.

Para empresas dedicadas a la industria de la cosmética, el desarrollo de la sustentabilidad debe ser adaptable a las necesidades del público. Se recomienda mantener canales de comunicación y retroalimentación constantes con los diferentes segmentos del mercado.

5.3. Líneas Futuras de Investigación

A partir de este estudio se prevén grandes oportunidades para llevar a cabo investigaciones que contribuyan al análisis de temáticas relacionadas con el tema que se aborda en esta indagación y que brinda un piso sólido para proseguir nuevas líneas, entre estas:

1. Indagaciones que consideren el análisis del ciclo de vida de los productos cosméticos y como esto impacta en la sostenibilidad financiera de la empresa.
2. Valoración del impacto de indicadores de desempeño sostenible en la rentabilidad y la ventaja competitiva de la empresa del maquillaje.
3. Estudios sobre la valoración de activos intangibles en la industria cosmética, como la creatividad, el logro del bienestar y empoderamiento, su impacto en la autoestima del cliente, la salud mental.
4. Posibilidad de establecer incentivos fiscales a empresas que asuman las practicas sustentables como inversión empresarial.

CAPÍTULO VI. LA PROPUESTA

Programa de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

6.1. Introducción

Este aporte propositivo responde a las necesidades determinadas durante la tarea de diagnóstico que permitió conocer la realidad abordada y como opera en la realidad el fenómeno estudiado. Fue así, como los principales resultados indican que las prácticas para el desarrollo en sustentabilidad se asumen en la empresa como un desafío a pesar que hay buena percepción sobre este concepto, de allí que representa un reto urgente para el personal administrativo, debido a que ellos son quienes direccionan la transformación de los procesos en la organización.

Aunque cuenta con una base institucional sólida y un compromiso inicial hacia la sustentabilidad, hay incertidumbres al momento de comprometer mayor inversión en este aspecto, mediante la implementación de estrategias integrales que vayan más allá de un mejor uso de los recursos internos. Esta propuesta de investigación se centra en un programa de estrategias concretas para fortalecer el desarrollo en sustentabilidad adaptado al personal administrativo de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., buscando optimizar los procesos actuales, promover la corresponsabilidad y establecer las bases para un modelo de gestión más sostenible y adaptado a la realidad venezolana.

6.2 Fundamentación Teórica y Conceptual de la Propuesta

La sustentación teórica y conceptual de la propuesta referida al “Programa de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo de la empresa Osmary Makeup

Studio By Osmary García F.P.”, tiene fundamento en diversos referentes disciplinares que facilitan la comprensión sobre un fenómeno que es multidimensional y permite concebirlo desde sus probables posibles soluciones. A continuación, se muestran las principales aportaciones teóricas que sirven de base:

La teoría del valor compartido expresada por Michael E. Porter y Mark R. Kramer indica que las compañías deben enfocarse en crear valor económico de un modo que, además, favorezca a la sociedad al enfrentar sus retos y necesidades. No es solo una cuestión de abordar la sustentabilidad desde una visión tradicional, sino de adoptar un nuevo enfoque para solucionar problemas comunes a través de acciones que ayuden a generar un impacto en la transformación social.

La teoría del capital social, esbozada por Robert Putnam, James Coleman y Pierre Bourdieu: se enfoca en los recursos que grupos y personas adquieren mediante sus redes de relaciones sociales. Esto incluye elementos como la confianza, las reglas de reciprocidad, las interacciones en red y los vínculos entre personas y comunidades. Se acepta que estas conexiones y la calidad de las relaciones tienen un valor, tanto material como inmaterial.

Es importante aclarar que los componentes del programa propuesto conectan teorías examinadas en la parte teórica de la investigación, al comprobar que las normas de apoyo mutuo y la consideración de la dimensión social y ambiental de la sustentabilidad contribuye a disminuir los costos operativos y a fortalecer la cohesión de la comunidad, lo que se traduce en clientes más leales y comprometidos. Así, se considera no solo las ganancias directas, sino también el ahorro en costos y la obtención de ingresos indirectos que surgen del poder de la comunidad.

De allí, que el propósito de la investigación no es generar conocimiento en sí mismo, sino solucionar un problema práctico en una compañía específica y en un entorno específico (la

cosmética con impacto social). Cuando se desarrolla en el contexto laboral de una de las investigadoras, este tipo de conocimiento es especialmente valioso porque está diseñado para fomentar la acción y facilitar la toma de decisiones en una empresa propia.

6.3 Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Implementar estrategias para el desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

Objetivos Específicos

Establecer estrategias favorables al mejoramiento de los procesos empresariales críticos (compras, logística, gestión de residuos y consumo energético), para la mejora en términos de sustentabilidad empresarial.

Identificar estrategias para la reducción, reutilización y reciclaje de residuos sólidos considerando las prácticas de sustentabilidad.

Promover los niveles de participación del personal administrativo en el desarrollo de la sustentabilidad mediante practicas propias de corresponsabilidad.

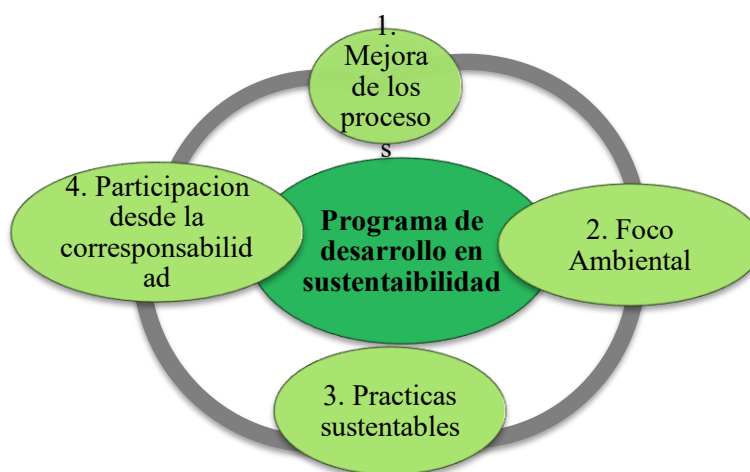
6.4 Descripción de la Propuesta

La propuesta centrada en un programa de desarrollo en sustentabilidad adaptado al contexto del personal administrativo de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.; presenta una estructura que comprende la introducción, plan de estrategias, factibilidad, evaluación e implementación de la propuesta. Específicamente comprende aspectos referidos a la mejora de los procesos empresariales que llevan hasta el momento lo cual considera factores críticos que se concentran en las dimensiones de la sustentabilidad (ambiental, social, financiera).

Por otra parte, propende a la aplicación de estrategias para la reducción, reutilización y reciclaje de residuos sólidos considerando las prácticas de sustentabilidad que buscan el manejo de los medios tecnológicos entre los que cuentan las redes sociales para difundir contenido relacionado con lo sustentable. También, se orienta a suscitar los niveles de participación del personal administrativo en el desarrollo de la sustentabilidad mediante practicas propias de corresponsabilidad, que contemplan la intervención de todo el personal, los clientes y la comunidad en general, esto en la búsqueda del mayor impacto.

La propuesta está dirigida a quienes tienen responsabilidad administrativa en la referida organización, pero contempla responsabilidades compartidas y el logro de indicadores medibles y oportunos en términos de espacio y tiempo. De allí, el programa presenta una estructura que se muestra en la siguiente imagen:

Figura 16. Estructura del Programa Propuesto.



Nota: Figura. 15. Estructura del Programa Propuesto
Fuente: Elaboración propia (2025).

Tabla 2. Estrategias para la mejora de los procesos empresariales.

Objetivo Estratégico	Estrategias	Acciones	Responsables	Plazo	Indicadores
Establecer estrategias favorables al mejoramiento de los procesos empresariales críticos.	Socializar información sobre las dimensiones de la sustentabilidad (ambiental, social, financiera)	Capacitar personal con competencias en la trazabilidad de ingredientes y el impacto de los empaques (plástico, vidrio, cartón) en la cadena de valor.	Gerencia Facilitadores especializados.	3 meses	Nº de personal capacitado
	Diseñar un formato digital para registro de inventario de compras verdes, eficiencia energética, gestión de residuos de oficina, presupuestos sostenibles, análisis de costos de no-sostenibilidad.	Contar con herramientas de control para evaluar proveedores bajo criterios ecológicos y éticos (certificaciones, origen). Control del consumo de muestras y probadores.	Gerencia	6 meses	% de compras verdes. % de eficiencia energética. % de uso del formato digital de control.
	Implementar una escala de estimación digital para hacer seguimiento de hábitos sostenibles ejercitados por el personal en general de la empresa.	Conformación de hábitos sostenibles que permita la innovación en prácticas para reducir la huella de carbono de las operaciones, el reciclaje y rehúso, uso estratégico de electricidad y agua.	Gerencia Personal asignado	6 meses	% de mejora en los hábitos sustentables asumidos por el personal.

Tabla 3. Estrategias desde el foco ambiental.

Objetivo estratégico	Estrategias	Acciones	Responsables	Plazo	Indicadores
Identificar estrategias para la reducción, reutilización y reciclaje de residuos sólidos considerando las prácticas de sustentabilidad.	Aplicación de encuestas mediante Google forms	Uso de aplicaciones especializadas (Google forms) en encuestas online para gestión de las percepciones de los usuarios.	Gerencia Personal Clientes	Semestral	% de interacciones en la red
	Establecimiento de 3-5 objetivos claros (Reducir uso de papel en un 30%, preferir envases y empaques biodegradables, uso racional de la electricidad, optimizar la luz natural, entre otras).	Difusión de las políticas internas mediante las redes sociales y a lo interno de la empresa.	Gerencia	Trimestral	% de logro de los objetivos planteados.
	Lanzamiento de un Plan Piloto de recolección selectiva de desechos desde el sistema de separación en la fuente (plástico, papel, cartón, vidrio y orgánicos)	Establecimiento de alianzas estratégicas con empresas del reciclaje.	Gerencia	Permanente	% de las alianzas concretadas. % de recolección de desechos seleccionados desde su fuente.

Tabla 4. Estrategias sobre prácticas de sustentabilidad y participación corresponsable

Objetivo Estratégico	Estrategias	Acciones	Responsables	Plazo	Indicadores
Promover los niveles de participación del personal administrativo en el desarrollo de la sustentabilidad mediante practicas propias de corresponsabilidad.	Desarrollo de contenido en redes para la difusión de mensajes favorables a las prácticas sustentables.	Comunicar clara y visiblemente la opción de empaques y productos biodegradables.	Gerencia	6 meses	% de interacciones en la red
	Realización de eventos corporativos con empresas del ramo.	Aumento de vínculos con otras organizaciones locales.	Gerencia	Anual	% de asistencia al evento
	Incluir proyectos comunitarios, conformar voluntariados para trabajar la sostenibilidad.	Formulación de proyectos comunitarios y creación de voluntariado.	Gerencia	6 meses	% de participación voluntaria
	Aplicar operaciones que prioricen el origen de productos con menor impacto ambiental, uso de la luz natural.	Priorización de compras “verdes, veganas” y envases reusables. Realización de mejoras a la infraestructura para mejor aprovechamiento de la luz natural y lograr el ahorro energético.	Gerencia Personal	3 meses	% de compras “verdes”
	Promover el uso de materiales y prácticas libres de crueldad animal, vegano o libre de químicos controvertidos.	Preferencia por el uso de productos naturales y biodegradables.	Gerencia Personal Comunidad.	3 meses	% de sustitución de productos químicos por veganos y biodegradables.

Fuente: Elaboración Propia (2025)

6.5 Factibilidad de la Propuesta

Viabilidad Técnica: En la empresa se cuenta con los recursos técnicos necesarios para desarrollar la propuesta, entre estos los servicios de un programador, una administradora y la investigadora como futura contadora. Además, se posee equipos de computación, redes sociales corporativas, teléfonos de última generación, entre otros.

Viabilidad Económica: Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., cuenta con los recursos necesarios para adelantar la presente propuesta, la cual no se muestra onerosa porque pretende emplear los recursos propios.

Viabilidad Operativa: La organización tiene la capacidad de llevar a cabo y mantener con éxito el programa propuesto dentro de su estructura operativa actual. En otras palabras, implementar la idea o el plan es totalmente factible.

Viabilidad Legal: El marco legal venezolano desde su Carta Magna, Ley de Ambiente, Ley de Aguas, Ley de Gestión Integral de la Basura (2010), avalan la puesta en práctica de la propuesta realizada.

6.6 Evaluación e Implementación de la Propuesta

Figura 17. Cronograma

Actividades	Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero				Marzo				Abril			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Socialización de información sobre las dimensiones de la sustentabilidad.	■																							
Aplicación de formato digital para registro de inventario de compras verdes.	■																							
Implementación de escala digital para seguimiento de hábitos sostenibles.					■																			
Aplicación de encuestas mediante Google forms.									■															
Reducir uso de papel en un 30%, preferir envases y empaques biodegradables optimizar la luz natural.													■											
Desarrollo de contenido en redes para la difusión de mensajes favorables a las prácticas sustentables.																	■							
Realización de eventos corporativos.																					■			
Aplicar indicadores para la medición del impacto social																					■			
Conformar voluntariados																					■			
Promover el uso de materiales y prácticas libres de crueldad animal, vegano o libre de químicos controvertidos.																					■			
Tiempo cumplido																								

Nota: Tabla donde se señala la planificación para el desarrollo de las estrategias.

Fuente: Elaboración Propia (2025)

6.7 Conclusión del Capítulo

Este capítulo ha presentado un programa de desarrollo en sostenibilidad adaptado al contexto del personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P. Tal

programa fue diseñado específicamente para la organización, tomando en cuenta las necesidades identificadas en el diagnóstico, al revelar que la empresa necesita un refuerzo en su enfoque ambiental y en la implementación de prácticas sostenibles. Esto implica la participación activa no solo del personal, sino también de los clientes y la comunidad.

El programa se basa en teorías que promueven el capital social y el valor compartido, fomentando acciones que van más allá del enfoque financiero y amplían el impacto hacia las dimensiones ambiental y social, que son fundamentales para la sostenibilidad. Así, se busca beneficiar no solo a la empresa, sino también a la comunidad en su conjunto. La estructura del programa abarca tanto la dimensión financiera como ambiental y social, y, junto con una actuación estratégica, proporciona un marco integral para evaluar la sostenibilidad, viabilidad e impacto positivo en la comunidad.

Es así, como la inclusión de prácticas digitales de gestión, la promoción de hábitos sostenibles, mecanismos para recoger retroalimentación, revisión de políticas internas, interacción con los usuarios en redes sociales, y el uso de materiales y prácticas veganas o libres de químicos controvertidos, entre otros, favorecen el desarrollo esperado de la sostenibilidad.

Además, la viabilidad técnica, económica, operativa y legal de la propuesta refuerza su potencial para ser implementada con éxito en Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P. En última instancia, este programa no solo mejorará los procesos empresariales, sino que también fortalecerá el compromiso de la organización con el desarrollo social y ecológico, aprovechando el alcance de la industria cosmética.

ANEXOS

Anexo 1. Instrumento Aplicado

GUIÓN PARA LA ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA DIRIGIDA A PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA EMPRESA OSMARY MAKEUP STUDIO BY OSMARY GARCÍA F.P.

Instrucciones: Fases previas para el desarrollo de la entrevista – Planteamientos e interrogantes. (Diálogo informantes-investigadores).

Identificación

- Presentación del entrevistador al entrevistado - agradecimiento por el apoyo prestado como informante - conversación para generar un clima favorable al diálogo.
- Resumen al informante sobre la orientación general de la investigación, propósitos y características de la entrevista.

Objetivo específico: Diagnosticar desde las percepciones del personal administrativo la aplicación de los pilares de la sustentabilidad en la gestión de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.

Dimensión: Principios Empresariales de sustentabilidad. **Indicador:** Visión

1. ¿De qué manera aplican en la empresa la visión sustentable que implica promover productos, prácticas y valores de marca que sean responsables tanto social como ambientalmente?

Dimensión: Principios Empresariales de sustentabilidad. **Indicador:** Valor

2. ¿Que estrategias emplean para construir la reputación de la empresa desde los valores que sustentan la sustentabilidad?

Dimensión: Pilares de la sustentabilidad. **Indicador:** Pilar Ecológico

3. ¿El equipo administrativo lidera proyectos que buscan maximizar el uso de recursos y reducir el impacto ambiental en las actividades diarias, tales como reciclaje, digitalización de archivos, otros?

Dimensión: Pilares de la sustentabilidad. **Indicador:** Pilar Social

4. ¿De qué manera, en la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., el personal administrativo considera proyectos orientados a promover la igualdad de género, avalar la educación para todos, y garantizar situaciones laborales justas?

Dimensión: Pilares de la sustentabilidad. **Indicador:** Pilar Económico

5. ¿ Como hacen en Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., para cuidar que la organización pueda gestionar sus recursos y finanzas de forma consciente, tanto en el presente como mirando hacia el futuro?

Objetivo específico: Identificar las oportunidades y barreras que percibe el personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., para la implementación de prácticas sustentables en la gestión de la empresa.

Dimensión: Oportunidades de la sustentabilidad. **Indicador:** Rol de alta dirección

6. ¿Describe qué opinión le merece el tema de los objetivos de desarrollo sustentable desde su visión como líder de la empresa Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.?

Dimensión: Oportunidades de la sustentabilidad. **Indicador:** Definir prioridades

7. ¿Cómo hace el personal directivo de la empresa para priorizar las metas que aspiran alcanzar a corto plazo?

Dimensión: Oportunidades de la sustentabilidad. **Indicador:** Definir responsabilidades

8. ¿Qué aspectos considera al momento de definir las responsabilidades que cada miembro del personal administrativo debe cumplir en la empresa?

Dimensión: Oportunidades de la sustentabilidad. **Indicador:** Incorporar los ODS

9. ¿Cómo procuran en la empresa el establecimiento de una cultura corporativa que gire en torno a los ODS, asegurando que se integren de manera transversal en todas las acciones que realizan?

Dimensión: Oportunidades de la sustentabilidad. **Indicador:** Comunicar y Reportar

10. ¿Explique de qué manera utilizan las redes sociales para educar a los consumidores sobre la importancia de la sostenibilidad en el mundo de la cosmética?

Dimensión: Oportunidades de la sustentabilidad. **Indicador:** Formación Interna

11. ¿En la empresa todo el personal se ha capacitado a través de seminarios o conferencias sobre temas como el reciclaje adecuado, el uso responsable del agua y la energía, la elección de productos de limpieza sostenibles, entre otros?

Dimensión: Barreras de la sustentabilidad. **Indicador:** Costos elevados

12. Al considerar que la implementación de proyectos de sustentabilidad en la empresa requiere una inversión inicial considerable, le preguntó ¿Cómo harían para llevarlos a cabo sin que los costos se conviertan en un desafío para Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.?

Dimensión: Barreras de la sustentabilidad. **Indicador:** Falta de regulación

13. Es un hecho que en el mundo empresarial hay un aumento en las normativas para la cosmética sostenible, pero ante esta realidad ¿Cómo haría Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P.? para competir en este novedoso escenario?

Dimensión: Barreras de la sustentabilidad. **Indicador:** Resistencia al cambio

14. Desde su opinión y como parte del personal administrativo de Osmary Makeup Studio By Osmary García F.P., ¿Considera que los empleados y clientes están dispuestos a la adopción de nuevas tecnologías sostenibles en el mundo de la cosmética?

Dimensión: Barreras de la sustentabilidad. **Indicador:** Impacto ambiental

15. ¿Describe de qué manera la empresa de la cosmética impacta negativamente en el ambiente y qué propone para resolverlo?

Anexo 2. Validaciones de Expertos

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADÉMICO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, POLÍTICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA



Valera, septiembre de 2025

CARTA PARA VALIDADORES

Quien suscribe: GARCIA V. YULEY Y, Titular de la cedula de identidad N° 8.087.687, de profesión LCDA EN EDUCACIÓN, ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA Y CONTADURÍA PÚBLICA, ESP. EN CIENCIAS CONTABLES, MSC EN GERENCIA EDUCATIVA, 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: DISEÑO DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO EN SUSTENTABILIDAD PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA EMPRESA OSMARY MAKEUP STUDIO BY OSMARY GARCÍA F.P., que presentan las bachilleres: Garcia Sánchez Osmary Alexandra, titular de la cedula de identidad N° V.- 27.566.869 y Diaz Gómez Danyely Paola, titular de la cedula de identidad N° V.- 30.351.714, considero que reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertenencia, relación variable-dimensión-indicador-items, congruencia y estilo de redacción adecuado.

Constancia que se expide en la ciudad de Valera, a los 25, del mes de septiembre del año 2025.

Firma
Garcia V. Yuley Y.
C.I.N° V- 8.087.687

**VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, POLÍTICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PUBLICA**



Valera, 25 de Septiembre de 2025

CARTA PARA VALIDADORES

Quien suscribe: **ERICKA JIMÉNEZ BRICEÑO**, Titular de la cedula de identidad N° V.- **17.832.493**, de profesión **ABOGADO**, se 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: **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO EN SUSTENTABILIDAD PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA EMPRESA OSMARY MAKEUP STUDIO BY OSMARY GARCÍA F.P.**, que presentan las bachilleres: García Sánchez Osmary Alexandra, titular de la cedula de identidad N° V.- 27.566.869 y Díaz Gómez Danyely Paola, titular de la cedula de identidad N° V.- 30.351.714, considero que reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertenencia, relación variable-dimensión-indicador-items, congruencia y estilo de redacción adecuado.

Constancia que se expide en la ciudad de Valera, a los 25, del mes de Septiembre del año 2025.

Firma

UNIVERSIDAD VALLE DEL MOMBOY
VICERRECTORADO ACADEMICO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, POLÍTICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CONTADURIA PÚBLICA



Valera, septiembre de 2025

CARTA PARA VALIDADORES

Quien suscribe: Belkis Abreu, Titular de la cedula de identidad N° 13050571 de profesión Magister en Administración de empresa, se 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: **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO EN SUSTENTABILIDAD PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA EMPRESA OSMARY MAKEUP STUDIO BY OSMARY GARCÍA F.P.**, que presentan las bachilleres: García Sánchez Osmary Alexandra, titular de la cedula de identidad N° V.- 27.566.869 y Díaz Gómez Danyely Paola, titular de la cedula de identidad N° V.- 30.351.714, considero que reúne las condiciones necesarias en cuanto a pertenencia, relación variable-dimensión-indicador-ítems, congruencia y estilo de redacción adecuado.

Constancia que se expide en la ciudad de Valera, a los 25, del mes de septiembre del año 2025.

Firma

Anexo 3. Carta de Aprobación del Tutor

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

**ACEPTACION DEL TUTOR**

Quien suscribe, la **ABG. ESP. LII ELENA RUIZ TORRES**, titular de la Cédula de Identidad N° V-16.664.506, por medio de la presente hago constar que acepto asesorar a las Bachilleres: GARCÍA SÁNCHEZ OSMARY ALEXANDRA, titular de la Cédula de Identidad N° V-27.566.869 y DANYELY PAOLA DÍAZ GÓMEZ, titular de la Cédula de Identidad N° V-30.351.714, con el carácter de Tutor para la elaboración del Trabajo de Grado Titulado: **DISEÑO DE UN PROGRAMA DE DESARROLLO EN SUSTENTABILIDAD PARA EL PERSONAL ADMINISTRATIVO EN LA EMPRESA OSMARY MAKEUP STUDIO BY OSMARY GARCÍA F.P.**; para optar el Título de **CONTADURÍA PÚBLICA**.

ABG. ESP. LII ELENA RUIZ TORRES
C.I. N° V-16.664.506

LISTA BIBLIOGRÁFICA

- Agenda Mundial (2030) “Objetivos de Desarrollo Sostenible”. UNESCO. Disponible en:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es>.
- Amberg, N., & Fogarassy, C. (2019). Comportamiento del consumidor verde en el sector cosmético. *Revista Resources*.
- Arias, F. (2012). *Diseño de la Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. Caracas. Venezuela. Episteme. 7ª Edición.
- Balcázar et al. (2013) *Proceso Metodológico en la Investigación*. Cuarta Edición. Ediciones Pirámide. Buenos Aires.
- Balestrini M. (2001). *Métodos y Técnicas de Investigación Cuantitativa (7ª ed.)*. Editorial Panapo. Caracas.
- Bartlow, J., & Jacobs, E. (2019). La sostenibilidad moderna es mucho más que papel versus plástico. <https://www.nielsen.com>.
- Beltrán D. (1999). *Plan Financiero y Economía, Sociedad y Cultura*. Alianza Editorial.
- Benoît F., & Parguel, B. (2011). Construyendo valor de marca mediante la comunicación ambiental: una investigación empírica en Francia. *Revista EuroMed de Business*.
- Bodie A. y Merton C. (2011) *Prácticas de contabilidad*. Grupo Editorial Patria. Caracas.
- Caballero V. (2019). *Evaluación Integral para Implantar Modelos Empresariales de calidad*. Editorial Pax México.
- Calvente, A. (2017). *El concepto moderno de sustentabilidad*. UAIS sustentabilidad. Universidad Abierta Interamericana. Buenos Aires. Argentina.

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (CEPAL:2023). Acerca de Desarrollo Sostenible. DOI: <https://www.cepal.org>.
- Cruz, P. (2020). Modelos epistemológicos. Instituto de Estudios Superiores de Chiapas. Universidad Salazar. <https://doi.org/https://salazarvirtual.sistemaeducativosalazar.mx/>
- Díaz S. (2018) Capital social: perspectivas teóricas desde la sustentabilidad. Revista Episteme. V.26 N°.2 Caracas.
- Diccionario de la Lengua Española. (s/f) Real Academia Española. Versión Digital. <https://dle.rae.es/>
- Dirty D. (s.f.) Por qué la industria cosmética es tan contaminante. <https://saigu.es/blogs>.
- Drucker P. (1999) Eficacia Ejecutiva. Editorial CONECTA. España. <https://www.todostuslibros.com>.
- Elliott, J. (1980). La investigación-acción en educación. Madrid: Ediciones Morata. Buenos Aires.
- Federación de Cámaras y Asociaciones de Comercio y Producción de Venezuela. (FEDECAMARAS:2017)
- Guerrero C. (2022) Evaluación Financiera de los Proyectos de Responsabilidad Social Empresarial en una Empresa Agroindustrial. Universidad de Carabobo. Valencia.
- Hernández S. (2014) Metodología de la Investigación Holística. Ediciones Sypal. Caracas Venezuela.
- Hernández S., Fernández C., y Baptista P. (2014). Metodología de la Investigación. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V. Prolongación paseo de la Reforma. México, D.F.
- Hurtado, J. (2012) Paradigmas y métodos de Investigación en tiempo de cambio. McGraw-Hill/Interamericana Editores, S.A. DE C.V. Prolongación paseo de la Reforma. México, D.F.
- I Censo Regional Emprendamos Juntos (2023). Gobernación del Estado Táchira. Autor.

Informe Brundtland. (1987). ONU. <https://news.un.org/es>. Naciones Unidas.

IV Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial (2024) Prácticas y Tendencias Actuales de responsabilidad social y Ambiental en Venezuela. Venezuela: DOI: <https://silo.tips/download/iv-encuesta-de-responsabilidad-social>.

Laudon (2016) Mercadotecnia Sustentable y su aplicación en México y Latinoamérica. México: Publicaciones empresariales UNAM.

Ley Orgánica de Ambiente (2006) Asamblea Nacional. Gaceta 5833. <https://www.asambleanacional.gob.ve>.

Ley Penal del Ambiente (2012) Asamblea Nacional. Gaceta 39913. <https://www.asambleanacional.gob.ve>.

Lorenzo D. (2012). Los imperativos ecológicos y el papel del marketing. Editorial McGraw Hill. Autor.

Lubin, D., & Esty, D. (2010). El imperativo de la sostenibilidad. Harvard Business Review. New York.

Mapfre, R. (2019). Los ODS, claves en las políticas de RSC de las empresas. <https://noticias.mapfre.com>.

Marín, C. (2015). ¿Se han cumplido realmente los Objetivos de Desarrollo del Milenio? <https://www.elmundo.es>.

Martínez P. (2021), “La sustentabilidad aplicada a la industria cosmética”. Universidad Pontifica en Madrid.

Méndez C. (2023) Capital Social y Desarrollo Sustentable en Metrópolis Andina C.A. Universidad Valle del Momboy (UVM).

Navarro H. (2016) La Ventaja Competitiva y Sostenibilidad.

<http://fccea.unicauca.edu.co/old/tgarf/marcos.html>.

Observatorio de la Confederación Venezolana de Industriales (2017). Hacia una Venezuela industrializada. La ruta. ODI: <https://www.conindustria.org>.

Organización de las Naciones Unidas (ONU), (2024). Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (2022). ¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible? DOI: <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>.

Organización de las Naciones Unidas (ONU;2024), se CEPAL;2023 IV Encuesta de Responsabilidad Social Empresarial (2024) (FEDECAMARAS;2017).

Pacto Mundial (2020) Comunicando El Progreso. <https://www.pactomundial.org>.

Peattie, K., & Charter, M. (2003). Marketing Verde. Segunda Edición.

Primer Censo Regional Emprendamos Juntos (2023). Informe de Gestión Gobernación del Estado Táchira. Material Compilado. Revista Economía 1.

Ramírez L. (2024). Caracterización de los emprendedores informales como talento humano en la dinámica comercial del municipio Jáuregui. Trabajo de Grado No Publicado. Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez.

Rangel C. (2010) Metodología. Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. Tercera Edición. Bogotá. Ediciones Mc Graw Hill.

Schütz C. (1962) Hacia una etnografía participativa: técnicas representativas como estrategia metodológica alternativa. Raíces: Revista De Ciencias Sociales Y Políticas. <https://doi.org/10.5377/raices.v2i4.7842>.

- Sonsoles B. (2021) “Los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la metodología SDG Compass en la industria de la belleza”. Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza. Perú.
- Strauss, A. y Corbin, J (2002). Bases de la Investigación cualitativa: Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Tamayo y Tamayo M. (2012). El proceso de la Investigación Científica (3° ed.). Bogotá: Editorial Limusa SA.
- Taylor y Bogdan (1998) Introducción a los Métodos Cualitativos de Investigación. Editorial Paidós. Argentina.
- Villafranca D. (2002). Metodología de la Investigación. 2da Edit. FUNDACA. Miranda, Venezuela