



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

Tesis para Optar el Título Profesional de Administración denominada:

**POLÍTICA GERENCIAL BASADA EN LAS TEORÍAS DE RIVAS Y SEÓANES
PARA MEJORAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN
AGROINDUSTRIAL POMALCA S.A.A. DE CHICLAYO, 2009 – 2010**

Autores:

Bach. Andres Enrique Peña Noriega

Bach. Victor Ernesto Gonzalo Alvarez Alvites

Pimentel – Perú

2010

RESUMEN

El tema de la responsabilidad social empresarial (RSE) en los últimos años está cobrando importancia tanto en el ámbito de las empresas de la economía social como en el resto de entidades que operan en el sistema de economía de mercado. La responsabilidad social empresarial es una nueva concepción de la empresa, de su gestión y de sus valores constitutivos. No se trata de procesos externos o de maquillaje. La empresa debe evolucionar hacia conceptos más sociables, más interactivos con lo que les rodea, acompaña y hace posible la propia empresa, fundamentalmente las personas, los clientes, los proveedores, las instituciones, el entorno y el medio ambiente.

Así lo entienden ya las empresas mejor percibidas por su acción social, que utilizan de manera inteligente su capacidad de innovación, su espíritu emprendedor y su red de relaciones para alinear su estrategia empresarial y la posibilidad de mejorar su entorno social. La formalización de este nuevo papel de las empresas en la sociedad provoca un replanteamiento sobre su función y responsabilidad en un entorno global, resaltando todo lo relacionado con los impactos y su percepción que generan en los distintos grupos que conforman la misma.

ABSTRACT

The issue of corporate social responsibility (CSR) in recent years is gaining importance both in the field of social economy enterprises and the rest of entities operating in the market economy system. CSR is a new conception of the company, its management and its constituent values. It is not external processes or cosmetics. The company must evolve into concepts more sociable, more interactive with their surroundings, accompanies and makes possible the company, primarily people, customers, suppliers, institutions, environment and the environment.

So companies understand and better received by their social action, wisely using its capacity for innovation, entrepreneurial spirit and their network of relationships to align their business strategy and the possibility of improving their social environment. The formalization of this new role of business in society provokes a rethink about its role and responsibility in a global environment, emphasizing all aspects of impacts and perception generated in the various groups that comprise it.