



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES
CAMPUS LA MORITA



PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS METALMECÁNICAS PRODUCTORAS DE
AUTOPARTES DEL ESTADO ARAGUA, EN CUANTO AL CUMPLIMIENTO
DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD
CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Lcdo. Henry Pérez Bautista

La Morita, Junio 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES
CAMPUS LA MORITA



PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS METALMECÁNICAS PRODUCTORAS DE
AUTOPARTES DEL ESTADO ARAGUA, EN CUANTO AL CUMPLIMIENTO
DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD
CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Autor: Lcdo. Henry Pérez
Tutor: Dr. David Zambrano

Trabajo presentado para optar al Grado de Magíster en Ciencias Contables

La Morita, Junio 2015

UNIVERSIDAD DE CARABOBO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES

ÁREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES

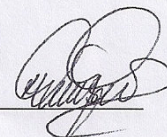
VEREDICTO

*Nosotros, Miembros del Jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado Titulado "PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS METALMECÁNICAS PRODUCTORAS DE AUTOPARTES DEL ESTADO ARAGUA, EN CUANTO AL CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD, CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO." Presentado por el Lcdo. Henry J. Pérez B. C.I. 9.660.529 para optar al Título de Magister en Ciencias Contables, estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como **Aprobado**.*

Presidente: Venus Guevara

C.I: 4566488

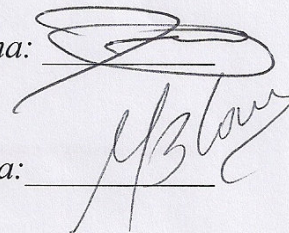
Firma:



Miembro: Loyda García

C.I: 9678978

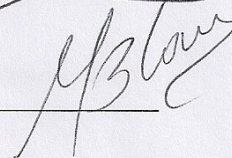
Firma:



Miembro: Mercedes B. Blanco

C.I: 4368061

Firma:



Maracay, 15 de Junio de 2.015

DEDICATORIA

*A Dios Todopoderoso por ser mi Guía e iluminarme
y acompañarme en cada momento de mi vida*

*A mis padres por dejar en mí el más valioso
de los tesoros: "La Educación"*

A ti Universo por el favor concedido, Gracias...!

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de esta experiencia de aprendizaje, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de experiencias y sobre todo felicidad.

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

A mis hermanos, hermanas y sobrinos por ser parte importante de mi vida y representar la unidad familiar.

A la Universidad de Carabobo por abrir sus puertas al conocimiento e instruirme para continuar con mi desarrollo profesional y permitirme tantas vivencias.

A mi tutor el Doctor David Zambrano, por guiarme, orientarme y por tantas enseñanzas, gracias por su apoyo.

A la Sra. María Fernanda Mónica por su valiosa colaboración y apoyo.

A mis compañeros de estudio de la Cohorte 2008 por todo el apoyo brindado a lo largo de nuestra experiencia de aprendizaje, especialmente a mi grupo de estudio, María Luisa, Evelyn, José, Richard y muy especialmente a mi amigo Enver Ysaya quién incondicionalmente siempre ha estado allí motivándome para seguir adelante con este proyecto de investigación que, gracias a ti, he culminado satisfactoriamente; Gracias amigo por creer siempre en mí..... Que éxito!

PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS METALMECÁNICAS PRODUCTORAS DE
AUTOPARTES DEL ESTADO ARAGUA, EN CUANTO AL CUMPLIMIENTO
DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD
CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Autor: Lcdo. Henry Pérez
Tutor: Dr. David Zambrano
Fecha: Junio, 2015

RESUMEN

El presente proyecto se lleva a cabo con la finalidad de analizar la perspectiva de las empresas Metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad considerando la relación costo beneficio, por lo que se considera una investigación de campo, de nivel descriptivo, con apoyo en la revisión bibliográfica. La población en estudio se encuentra estructurada por cinco (5) empresas metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua, de las cuales se seleccionó tres informantes para un total de quince (15), y la muestra por el cien por ciento (100%) de las mismas, por lo que se considera de tipo censal. Como técnica de recolección de datos se utilizó la encuesta y como instrumento un cuestionario que fue validado a través del Juicio de Expertos y, la confiabilidad con la fórmula de Kuder & Richardson. Las técnicas de Análisis de datos fueron cuantitativas, expresadas en tablas de frecuencia y gráficos de porcentaje y cualitativas a través del análisis de la información. Al analizar los datos se evidenció que aunque las empresas cumplen con la responsabilidad social empresarial, no conocen a cabalidad la misma. Estas empresas llevan registros de los costos ocasionados por la misma, sin embargo no cuentan con un apartado que permita reconocer que estos son gastos referidos al cumplimiento de la RSE. Se recomienda llevar a cabo charlas, talleres o cursos para informar al personal acerca de la responsabilidad social empresarial y su importancia para la comunidad, sea ésta interna o externa, además de crear un apartado en los registros contables para identificar los costos en los cuales se incurre al poner en práctica cualquier aspecto relacionado con la RSE.

Descriptor: Responsabilidad Social, Contabilidad, Costos. Teoría Costo-Beneficio

PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS METALMECÁNICAS PRODUCTORAS DE
AUTOPARTES DEL ESTADO ARAGUA, EN CUANTO AL CUMPLIMIENTO
DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD
CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO

Autor: Lcdo. Henry Pérez
Tutor: Dr. David Zambrano
Fecha: Junio, 2015

ABSTRACT

This project is carried out in order to analyze the perspective of the Metalmechanics companies that produce parts for vehicles located in Aragua Estate, regarding compliance with Corporate Social Responsibility into the community considering the cost-benefit ratio, therefore this study is considered as a field research method, from descriptive level, supported by the literature review. The study population is structured by five (5) Metalmechanics companies that produce parts for vehicles located in Aragua Estate, which three informants were selected for a total of fifteen (15) participants, the selected sample consists of 100% of the participants therefore it considered a census type sample. As data collection technique it used survey and the questionnaire was used as method of data collection which it was validated through expert judgment and reliability with the formula of Kuder & Richardson. The quantitative analysis of survey data were expressed in frequency tables and graphs of percentages, and for the better understanding of survey data it was used a particular style of qualitative analysis. Analyzing the data it became clear that although these companies meet corporate social responsibility, these companies do not fully know what is the CSR. They keep records of the costs incurred, however these companies do not have an accounting section which recognizes that these costs are related to CSR. It is recommended to carry out talks, workshops or courses to inform employees about corporate social responsibility and its importance to the internal or external community. besides establishing an accounting section to identify the costs that are incurred to implement any aspect of CSR

Key words: Corporate Social Responsibility, cost accounting, the cost-benefit ratio

ÍNDICE GENERAL

	Pág
Veredicto.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Resumen.....	vi
Índice General.....	viii
Índice de Cuadros.....	x
Índice de Gráficos.....	xi
Índice de Cuadros	xii
CAPÍTULO I	
1. EL PROBLEMA	
1.1. Planteamiento del Problema.....	15
1.2. Objetivos.....	19
1.2.1. Objetivo General.....	19
1.2.2. Objetivos Específicos.....	19
1.3. Justificación.....	19
CAPÍTULO II	
2. MARCO TEÓRICO	
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	22
2.2. Bases Teóricas.....	27
Contabilidad de Costos.....	27
Fundamentos de la Responsabilidad Social.....	28
La Responsabilidad Social.....	29
Responsabilidad Social Empresarial y Beneficios de la Empresa.....	30
Responsabilidad Social Empresarial y Costos de Información.....	33
Responsabilidad Social Empresarial y Productividad del Trabajo.....	35
Motivación en la Responsabilidad Social.....	37
Entorno de la Responsabilidad Social Empresarial.....	38
Responsabilidad Tributaria.....	40
Normativas.....	41
Membresía en la Responsabilidad Social.....	42
Censo.....	42
Capital Humano.....	43
Entrenamiento.....	44
2.4. Bases Legales.....	46
Operacionalización de las Variables.....	53

CAPÍTULO III	
3. MARCO METODOLÓGICO	
3.1. Tipo de Investigación.....	54
3.2. Población y Muestra.....	55
3.4. Técnicas de Recolección de la Información.....	57
3.5. Validez y Confiabilidad.....	58
3.6. Técnicas de Análisis de Datos.....	59
CAPÍTULO IV	
4. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS	
4.1. Análisis de los Resultados.....	60
CAPÍTULO IV	
5.1. Conclusiones.....	86
5.2. Recomendaciones.....	93
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	
	95
	99
ANEXOS	
ANEXOS A Instrumento de Recolección de Datos.....	100
ANEXOS B Criterio de Validez por Juicio de Expertos.....	103
ANEXOS C Determinación de Confiabilidad.....	105
ANEXOS D Constancias de Validez.....	108

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO		Pág
1.	Proceso para la implementación de la Responsabilidad Social como modelo de Gestión.....	36
2.	Operacionalización de Variables.....	53
3.	Distribución de la Población.....	56
4.	Convivencia.....	61
5.	Sentido social.....	62
6.	Necesidades del Entorno.....	63
7.	Actitud.....	64
8.	Hábitos.....	65
9.	Bien común.....	66
10.	Compromiso.....	67
11.	Cultura.....	68
12.	Programas RSE.....	69
13.	Información contable en RSE.....	70
14.	Personal capacitado en RSE.....	71
15.	Programas de educación en RSE.....	72
16.	Correlación de Ingresos y Gastos, aplicados en RSE.....	73
17.	Productividad.....	74
18.	Motivación.....	75
19.	Medio ambiente.....	76
20.	Costos habituales.....	77
21.	Impuestos.....	78
22.	Normativas RSE.....	79
23.	Membrecía.....	80
24.	Control demográfico.....	81
25.	Participación económica.....	82
26.	Autonomía e independencia.....	83
27.	Beneficios por parte del Estado.....	84
28.	Beneficios tangibles.....	85

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO		Pág
1.	Convivencia.....	61
2.	Sentido social.....	62
3.	Necesidades del Entorno.....	63
4.	Actitud.....	64
5.	Hábitos.....	65
6.	Bien común.....	66
7.	Compromiso.....	67
8.	Cultura.....	68
9.	Programas RSE.....	69
10.	Información contable en RSE.....	70
11.	Personal capacitado en RSE.....	71
12.	Programas de educación en RSE.....	72
13.	Correlación de Ingresos y Gastos, aplicados en RSE.....	73
14.	Productividad.....	74
15.	Motivación.....	75
16.	Medio ambiente.....	76
17.	Costos habituales.....	77
18.	Impuestos.....	78
19.	Normativas RSE.....	79
20.	Membrecía.....	80
21.	Control demográfico.....	81
22.	Participación económica.....	82
23.	Autonomía e independencia.....	83
24.	Beneficios por parte del Estado.....	84
25.	Beneficios tangibles.....	85

INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social corporativa (RSC) también llamada responsabilidad social empresarial (RSE), se define como la contribución activa y voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental por parte de las empresas, generalmente con el objetivo de mejorar su situación competitiva, valorativa y su valor añadido. El sistema de evaluación de desempeño conjunto de la organización en estas áreas es conocido como el triple resultado.

La responsabilidad social corporativa va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

Bajo este concepto de administración y de gestión se engloban un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental. Los antecedentes de la RSE se remontan al siglo XIX en el marco del Cooperativismo y el Asociacionismo que buscaban conciliar eficacia empresarial con principios sociales de democracia, autoayuda, apoyo a la comunidad y justicia distributiva. Sus máximos exponentes en la actualidad son las empresas de Economía social, por definición Empresas Socialmente Responsables.

En este orden de ideas, es importante recordar que una condición básica en la RSE es que una organización cumpla con la ley. Por eso, cuando se trata de la RSE y los aspectos sociales, se refiere a aquellas acciones más allá de las requeridas por la legislación en vigor. Por ejemplo, una empresa que tiene operaciones en varios países puede tomar la decisión de aplicar en todos ellos la legislación laboral más exigente de todos. Para el país que tiene la legislación más exigente, el mero cumplimiento de la misma no se considera como una acción social de RSE, mientras en el resto de los países, todo lo que la empresa haga, por encima de la legislación local, es una acción de RSE, lo que ocasiona costos, por lo que todas estas actividades deben ser resumidas en la contabilidad, bajo esta perspectiva, el presente estudio busca analizar la perspectiva de las empresas Metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad considerando la relación costo beneficio y se divide en los capítulos que a continuación se detallan:

Capítulo I: El Problema, en el cual se determina la problemática que presenta el área de estudio, comenzando con el planteamiento del problema, luego los objetivos de la investigación, tanto el general como los específicos, la justificación, el alcance y las limitaciones.

Capítulo II: Marco Referencial, en éste se detalla los antecedentes que sirven de apoyo a la investigación, además de las bases teóricas, la definición de términos básicos y la operacionalización de las variables.

Capítulo III: Marco Metodológico, en este se define la modalidad de la investigación, se señalan las técnicas utilizadas para el levantamiento de la información, población y muestra de la investigación, asimismo los instrumentos

aplicados, así como también la validez y confiabilidad de los mismos y las fases de la investigación y por último las referencias que sustentan la investigación.

Capítulo IV: En el mismo se encuentra el análisis de los resultados al aplicar el instrumento de recolección de datos.

Capítulo V: Se detallan las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación y por último las referencias bibliográficas y los respectivos anexos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Desde mediados de la década de los años 80 del siglo XX, en simultáneo con el agotamiento del modelo de Estado de Bienestar y el auge del neoliberalismo, la sociedad comenzó a demandar a las empresas mayor responsabilidad social y ambiental, además de un comportamiento más ético y transparente. La sociología de la empresa permite analizar desde un nuevo ángulo estas problemáticas, ya que la concibe no solo como un instrumento para obtener ganancias, sino como un actor social dotado de una cultura propia, capaz de crear identidad. Esto es clave en la coyuntura actual, en que la empresa ya no se limita a administrar recursos económicos, técnicos y humanos, como ocurría hasta hace algunos años. Hoy, la creación y el desarrollo permanente de nuevos recursos se imponen como exigencias para la supervivencia económica.

La tendencia hoy en día es alinear e integrar iniciativas sociales con la actividad empresarial, ya que precisamente la responsabilidad social impulsa el fortalecimiento de la empresa y la lealtad de los consumidores hacia una determinada marca. La conciencia social del líder y su deseo de hacer un aporte a la sociedad, han cambiado el entorno de los negocios durante la última década. En un artículo reciente, el profesor de la escuela de negocios de Harvard, James Austin, (2009) aseguró que:

La creciente importancia de la dimensión social de la empresa es uno de los cambios recientes de mayor impacto. Se podría pensar en una evolución de las empresas. Las encuestas indican que las poblaciones en

todo el mundo esperan que las empresas contribuyan a la solución de problemas sociales. Esta presión y el descubrimiento de que las inversiones en el campo social son rentables, condujeron a una nueva etapa, en la cual lo social y lo económico se integran en la búsqueda de la sostenibilidad. (p. 22)

En este sentido, las iniciativas sociales no pueden ser acciones aisladas, deben ir de la mano de la misión, visión, valores y estrategia de la empresa. Precisamente allí es que está el éxito del negocio, en saber mantener un balance y una coherencia entre todas esas tareas. Cuando los empresarios alinean su negocio con actividades sociales, la imagen de la compañía mejora de una manera inimaginable.

Antes, se solía relacionar el concepto de "responsabilidad social empresarial" con donaciones y acciones de caridad. Las empresas apostaban más y estaban concentradas en aquellos consumidores con altos niveles de ingreso. Sin embargo, esa concepción ha cambiado. Los empresarios se están acercando más a aquellos sectores de bajos recursos y éstos, a su vez, están pasando de ser beneficiarios a clientes potenciales, proveedores y hasta socios. Los empresarios los ven ahora como actores económicos, impulsando beneficios no sólo para este sector, sino también para la empresa.

Por ello, las compañías deben asumir y desarrollar entonces una nueva estrategia de negocio, donde esté presente la inclusión de este sector de una manera justa y transparente. El reto es romper con las brechas existentes, cambiando la cultura organizacional e incluyendo nuevos actores en la economía global.

Se puede señalar que, muchos empresarios no conocen a la población de bajos recursos, la idea es establecer alianzas con esta comunidad e incorporarla a la fuerza de trabajo, así como diseñar nuevos métodos de investigación de mercado. Asimismo,

es necesario potenciar el negocio con la incorporación de emprendedores sociales y organizaciones comunitarias.

En este orden de ideas, un estudio de la Universidad de Harvard arrojó que aquellas "compañías que balancean las necesidades de los accionistas, empleados, clientes, proveedores y comunidad en general, mostraron cuatro veces más crecimiento en comparación con las que se enfocan únicamente en los accionistas". Esto quiere decir que nos encontramos frente a un nuevo modelo de negocio: empresas que están sensibilizadas y comprometidas con el entorno social que las rodea, pero que al mismo tiempo sienten la necesidad de que estas acciones vayan de la mano de la rentabilidad económica.

Ahora bien, la gran mayoría de las empresas en un inicio, cuando trata de implementar la responsabilidad social, vislumbra que ello le ocasionará costos, los cuales se traducirán en menores ganancias, por lo que trata de trasladarlos; sin embargo, la mayoría de las veces esto no es así, en virtud de que la comunidad se siente comprometida con esa empresa o institución que colabora con el bienestar de la misma.

En este orden de ideas, las empresas metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua deben estar conscientes de su responsabilidad, por lo que algunas han puesto en marcha planes que involucran a la comunidad, sin embargo en los actuales momentos y en virtud de ser algo novedoso no se mantiene un sistema que visualice de alguna forma los costos en los cuales incurren para llevarlos a cabo, tomando en cuenta que todo desembolso debe ser realizado a través de la planificación, con la finalidad de tener información fiable acerca de donde provienen esos recursos y cuáles serán los beneficios para la institución, su comunidad de empleados y la comunidad en general, por lo que se ha visto que dichos gastos se

agregan a partidas que aún no se encuentran debidamente estructuradas para tal fin, lo que conlleva a desvíos de información.

Es de hacer notar que al momento de solicitar un informe de cuáles son los costos en los que se incurre por realizar alguna actividad, los mismos no se encuentran detallados como actividades de responsabilidad social, sino que se agregan a otros gastos, lo cual a la hora de cancelar impuestos, entre otros, ha traído serias contradicciones en la empresa.

Todo lo anterior trae como consecuencia en primer lugar que las empresas no tenga información fidedigna a la hora de tomar decisiones, además de que no se conocen con exactitud cuáles son las actividades que se están llevando a cabo en la comunidad y cuál es el costo que le ha ocasionado, lo que en un mediano plazo podría desestabilizar la situación financiera de dichas empresas, por lo que la presente investigación pretende conocer cuál es la perspectiva de las empresas metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua, en cuanto al cumplimiento de la Responsabilidad Social con la Comunidad, considerando la relación costo beneficio y se plantea las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la situación actual en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad de las empresas metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua?, ¿Se encuentran detallados los costos en los cuales incurren las empresas metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua al llevar a cabo actividades de responsabilidad social?, ¿Cuáles son los beneficios que obtienen las empresas metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua, a través de la responsabilidad social con la comunidad?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Analizar la perspectiva de las empresas Metalmecánicas Productoras de Autopartes del estado Aragua en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad considerando la relación costo beneficio.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la situación actual en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad de las empresas Metalmecánicas Productoras de Autopartes, del estado Aragua.
- Identificar los costos en los cuales incurren las empresas Metalmecánicas Productoras de Autopartes del estado Aragua al llevar a cabo actividades de responsabilidad social
- Determinar los beneficios que obtienen las empresas Metalmecánicas Productoras de Autopartes del estado Aragua a través de la responsabilidad social con la comunidad

Justificación de la Investigación

De acuerdo a lo expresado por Méndez A. (2002): “La justificación de una investigación obedece a tres (3) enfoques: práctico, teórico y metodológico”. (p.27). la importancia de este trabajo conlleva a evidenciar la necesidad de brindar un aporte significativo a las empresas Metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua con el fin de controlar las diferentes operaciones que se realizan, en cuanto a responsabilidad social para conocer el costo beneficio.

Cuando se habla de un punto de vista teórico, necesariamente hay que crear bases legales en pro del bienestar de las empresas ya que las mismas representan una gran fuente de empleo y cualquier pérdida afectaría indudablemente los ingresos de las mismas. Desde el enfoque metodológico se utilizaron técnicas acordes con la situación actual que permitieron conocer la perspectiva de las empresas Metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad, considerando la relación costo beneficio.

En este sentido, las instituciones se vieron beneficiadas al detectar las posibles fallas que están impidiendo la fiabilidad de la información, de manera tal que puedan proceder a mejorar este aspecto tan relevante para su desarrollo.

Desde la perspectiva académica, la ejecución del presente trabajo reviste importancia porque puede constituirse como un antecedente para futuras investigaciones acerca de responsabilidad social, lo que equivale a decir, sobre la base de los resultados obtenidos de su ejecución, se pudiera construir un nuevo conocimiento que permita generar nuevas investigaciones documentales, de campo o propuestas relacionadas con la temática objeto de la presente investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

El Marco Teórico según señala Tamayo, (2004), “nos ayuda a precisar y a organizar los elementos contenidos en la descripción del problema, de tal forma que puedan ser manejados y convertidos en acciones concretas” (p.145).

La importancia del marco teórico, radica en que proporciona un sistema para clasificar la información recolectada y agruparla en función del elemento de la teoría para el cual fue recogida, en la medida en que los contenidos del presente capítulo se relacionen con la realidad descrita en la investigación.

Dentro de este orden de ideas, el Marco Teórico, según Bernal (2000), “Comprende la ubicación del problema en una determinada situación histórico-social, sus relaciones con otros fenómenos, las relaciones de los resultados por alcanzar con otros ya logrados, como también de nuevos conceptos, redefiniciones de otros, clasificaciones, tipologías por usar etcétera”. (p.120)

De este modo, el marco teórico sitúa el problema de investigación dentro de un conjunto de conocimientos, que permitan orientar la búsqueda y ofrezcan una conceptualización adecuada de los términos que se utilizan. Sin duda, uno de los mayores problemas a los que se ha enfrentado el investigador todo el tiempo, ha consistido en poder saber con precisión cuales son los aportes anteriores que se han hecho sobre la disciplina en la que trabaja, no sólo con el fin de consultarlos y poder aumentar su conocimiento, sino también con el propósito de no duplicar una tarea lograda.

Por ello, es de gran importancia generar el marco teórico que puede definirse con el ordenamiento lógico y secuencial de elementos teóricos procedentes de la información obtenida de fuentes bibliográficas fidedignas que giran alrededor del planteamiento del problema y que sirven de base y fundamentación para proponer soluciones. La construcción del marco teórico es la etapa más ardua y difícil de elaborar y que puede durar, por estas razones, más tiempo en su desarrollo, porque trata de poner en operación todos los medios a nuestro alcance para obtener información relacionada directamente con el enunciado del planteamiento del problema.

Antecedentes de la Investigación

Gaete, R. (2011) realizó un trabajo doctoral titulado **Responsabilidad social universitaria: una nueva mirada a la relación de la Universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas, un estudio de caso**, en la Universidad de Valladolid, España para optar al grado de Doctor, en donde refiere que en la actualidad, las universidades como principal representante de las instituciones de educación superior, se enfrentan por doquier a importantes procesos de cambios, en algunas ocasiones generados por factores endógenos, pero que en la mayoría de los casos obedecen a la fuerte influencia de elementos exógenos a las universidades, propiciados principalmente por los procesos de globalización y la sociedad del conocimiento, o en ocasiones por las políticas públicas impulsadas por los Estados, como en el caso del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES), lo que obliga a las universidades a responder a múltiples y crecientes demandas o desafíos de los diferentes grupos de interés con los cuales interactúa.

Uno de esos desafíos se relaciona con la creciente necesidad de las universidades por demostrar que efectivamente su funcionamiento y razón de ser, se

encuentran orientados plenamente para colaborar en la resolución de las necesidades y problemáticas existentes en la sociedad que les rodea, y que por lo tanto, las decisiones y acciones que se implementan en la ejecución de sus funciones de docencia, investigación, extensión y gestión se ajustan plenamente a dicha deseabilidad, por lo cual paulatinamente las universidades deben implementar procesos de rendición de cuentas hacia la sociedad respecto de su quehacer.

Paralelamente, las instituciones de educación superior también se enfrentan a la creciente necesidad de generar los recursos económicos necesarios para financiar su funcionamiento, ante la también creciente disminución de los aportes presupuestarios del Estado hacia las universidades públicas, especialmente en cuanto a las contribuciones directas destinadas al financiamiento de sus principales costos operativos, enfrentándose al dilema de orientar sus acciones hacia la búsqueda del autofinanciamiento, o hacia la satisfacción de las necesidades y problemáticas de las sociedades en las que se encuentran insertas.

Tal como se puede observar el estudio de Gaete, guarda semejanza con el presente trabajo, debido a que evidencia ciertos aspectos de interés para el presente estudio, del mismo se tomaron algunas de sus bases teóricas.

Ramírez, J. (2011), realizó un Trabajo de Grado titulado **Responsabilidad social empresarial: Estudio de caso para la empresa Publiter Ltda, con base en la técnica GTC 180**, en la Universidad La Salle de Colombia para optar a la maestría de Administración de Empresas, en donde señala que el tema de Responsabilidad Social ha sido abarcado principalmente por entidades gubernamentales, pero en los tiempos modernos las empresas más grandes o con mayor capacidad económica incluyen este concepto dentro de sus estrategias y su planeación a largo plazo. Poco a poco este concepto es tenido en cuenta por empresas más pequeñas (especialmente

Pymes), para ponerse a la vanguardia en modelos de gestión que promuevan su imagen y aseguren el bienestar de sus trabajadores, socios, clientes, proveedores y la comunidad. Por otra parte se garantiza la legalidad en el cumplimiento de las normas estatales y establece parámetros éticos para evitar fraudes y faltas contra el ente económico o la Ley. Así, empresas como Publiter Ltda, se muestran interesadas en conocer más sobre los aspectos de Responsabilidad Social, y manifiestan interés por incluirlos dentro de la planeación de sus actividades.

El antecedente señalado plantea las formas en que una empresa puede cumplir con la responsabilidad social en la comunidad, a través de múltiples factores, además de la estructura organizativa que debe privar para ello, por lo que su revisión sirvió de valiosa información para el presente trabajo.

Cea, R. (2010) realizó un estudio para optar al título de Doctor titulado **Responsabilidad social corporativa en las entidades bancarias de la Unión Europea. Análisis empírico y propuesta de modelo normalizado**, en la Universidad de Valladolid, España, en donde refiere que el objeto de esta Tesis Doctoral pertenece a la dimensión social de la empresa, concretamente, a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Se centra en las entidades bancarias de la Unión Europea y, de modo particular, en sus prácticas informativas. Se ha realizado con la ayuda de una Beca de Formación del Profesorado Universitario del Ministerio de Educación y Ciencia, disfrutada a partir de octubre 2005.

La finalidad última del trabajo fue proponer un modelo normalizado de Informe de RSC/Sostenibilidad para las entidades bancarias que facilite la comparación del desempeño social corporativo (CSP) entre las empresas del sector, una cuestión que hoy es difícil de establecer por la heterogeneidad que se observa en los informes que suelen publicar.

El trabajo anterior, evidencia la forma de actuar de las empresas en cuanto a responsabilidad social empresarial, en este caso específicamente se refiere a las entidades bancarias, de su lectura se extrajeron bases teóricas de interés acerca del tema, las cuales son un sustento relevante para la presente investigación.

Sánchez, A. (2010), llevó a cabo una Tesis Doctoral titulada **Modelo para vincular la responsabilidad social empresarial a las estrategias de negocio**, en la Universidad Católica Andrés Bello para optar al título de Maestría en Administración de Empresas, en donde refiere que se efectuó un análisis del vínculo entre la ventaja competitiva y la responsabilidad social empresarial. Se planteó como objetivo general: Diseñar un modelo para vincular la responsabilidad social empresarial (RSE) a las estrategias de negocio, como ventaja competitiva. Para ello se aplicó a las empresas seleccionadas y a la comunidad en general un cuestionario en donde se destacan aspectos de RSE y toda la información necesaria para medir el grado de conocimiento y de involucramiento en este tema. Por otra parte se efectuó una revisión documental, para utilizar las herramientas gerenciales que permitieran proponer un modelo que considera la responsabilidad social empresarial como parte intrínseca de las estrategias del negocio de las empresas y su aplicación en una empresa seleccionada; caso Orinoco Iron.

El trabajo anterior es significativo, en virtud de que en el mismo se evidencia que las empresas no pueden trabajar sin un modelo específico para llevar a cabo su responsabilidad social, de allí que se hace necesario llevar una correcta administración y contabilidad de la misma.

Tal como se puede observar en el trabajo señalado, el mismo refiere la necesidad de contar con estrategias, aunque la investigación objeto de estudio

pretende analizar la relación costo beneficio, resultó de interés la revisión del estudio en referencia ya que el mismo aportó importantes bases teóricas.

Ortiz, P. (2010), realizó un trabajo titulado **La responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX**, realizado en la Universidad Javeriana de Colombia para optar a la maestría de Administradora de Empresas, en donde refiere que la investigación se reseña al tema de la Responsabilidad Social Empresaria (RSE) como parte de la estrategia competitiva de una empresa, dicho estudio se realizó con el fin de investigar a cabalidad los diferentes conceptos, los compromisos, las acciones y las ideas que contribuyen a la adecuada implementación de una verdadera intervención social. Para la realización del trabajo fue necesario elegir una empresa con el objetivo de estudiar y demostrar si su RSE estaba alineada con el objetivo del negocio, para lo cual se eligió la organización HZX, empresa dedicada a suministrar productos, servicios y soluciones integrales para la exploración, desarrollo y producción de petróleo y gas.

Dicha organización lleva operando en Colombia desde el año 1943, es una compañía multinacional de origen Estadounidense, sus oficinas centrales se encuentran en Houston Texas (Estados Unidos), opera en los 5 continentes del mundo, en más de 50 países. Debido a sus características por ser una empresa extranjera, que se desarrolla en un campo interesante como es el de los hidrocarburos y por estar bien posicionada a nivel mundial, fue elegido como caso a estudiar. La investigación de esta problemática se realizó por el interés de conocer a fondo las implicaciones de la intervención social de las organizaciones, debido a que es un tema clave que las empresas deben tener en cuenta para su continuidad en el mercado en el largo plazo.

Para el adecuado análisis del caso, fue vital la utilización de los Indicadores ETHOS de RSE (2008), los cuales sirven como herramienta para apoyar a la gestión de las actividades de intervención social, con los cuales se espera que exista una contribución a la expansión de la generación de conocimiento e información sobre el tema. Mediante el uso de los indicadores se obtuvo una guía sobre los niveles y las calificaciones de cada uno de los criterios que componen la implementación de la RSE en HZX. Además la investigación se realizó con una serie de entrevistas a los líderes del tema en HZX.

El estudio inicia con la descripción de las prácticas existentes de RSE como base de la estrategia competitiva, dándole continuidad a profundizar las teorías de RSE respecto a la intervención estratégica de las empresas en lo social, para después realizar un estudio analítico sobre la Organización HZX, concretando el concepto y las implicaciones que tiene la Responsabilidad Social empresarial para la compañía, identificando su mecanismo de intervención social en la sociedad colombiana, los beneficios que le ha traído dicha intervención estratégica y finalmente, se realizó un análisis que conlleva a una conclusión final sobre si la RSE que realiza HZX en la sociedad Colombiana, hace parte o no de su estrategia competitiva.

Bases Teóricas

Contabilidad de Costos

La contabilidad de costos se relaciona con la información de costos para uso interno de la gerencia y ayuda de manera considerable a la gerencia en la formulación de objetivos y programas de operación en la comparación del desempeño real con el esperado y en la presentación de informes.

De acuerdo con Redondo (2001) “El costo se define como el valor sacrificado para adquirir bienes o servicios mediante la reducción de activos o al incurrir en pasivos en el momento en que se obtienen los beneficios”. (p. 77). En este sentido, la información requerida por la empresa se puede encontrar en el conjunto de operaciones diarias, expresada de una forma clara en la contabilidad de costos, de la cual se desprende la evaluación de la gestión administrativa y gerencial convirtiéndose en una herramienta fundamental para la consolidación de las entidades.

Para suministrar información comprensible, útil y comparable, esta debe basarse en los ingresos y costos pasados necesarios para el costeo de productos, así como en los ingresos y los costos proyectados para la toma de decisiones. Los datos que necesitan los usuarios se pueden encontrar en un "Pool" de información de costos y se pueden clasificar en diferentes categorías según:

- Los elementos de un producto.
- La relación con la producción.
- La relación con el volumen.
- La capacidad para asociarlos.
- El departamento donde se incurrieron.
- Las actividades realizadas.
- El período en que se van a cargar los costos al ingreso.
- La relación con la planeación, el control y la toma de decisiones.

Fundamento de la Responsabilidad Social

Siguiendo el Diccionario de Ética de Höffe, O. (1994), se puede afirmar que la

responsabilidad designa una triple relación: “la atribución de tareas asumidas o de la propia acción u omisión a determinadas personas, y los atributos de carácter al rendir cuentas ante una instancia”. (p. 87). En razón de su capacidad de responder de su conducta, el hombre se convierte en sujeto de derecho o sujeto moral (o religioso), que debe asumir sus actos y sus consecuencias, y que puede ser objeto de castigo o de recompensa, de censura o estima social, de desprecio o de respeto moral. La responsabilidad tiene una significación moral subjetiva cuando se obra no con vistas a esperar una recompensa o por temor al castigo, sino porque se sabe responsable ante los demás, el mundo y ante sí mismo. Ello exige no actuar sólo en función de altos principios, sino considerar ante todo las consecuencias previsibles de las acciones y responder de ellas.

La Responsabilidad Social

El concepto de responsabilidad social añade al concepto originario de responsabilidad un elemento determinante: mueve a las personas, grupos y/o instituciones a adoptar conductas éticas caracterizadas por el compromiso activo y libre para alcanzar el Bien Común de la sociedad.

Cuando se habla del Bien Común de la Sociedad, entendemos que éste está constituido en la sociedad política por cuatro elementos: a) Ambiente propicio o favorable (Paz social); b) Abundancia de bienes requeridos (Desarrollo sustentable); c) Accesibilidad a los bienes por todos los integrantes de la sociedad (Igualdad de oportunidades) y d) Orden establecido para lograr que todo lo anterior pueda acontecer (Orden social)

Responsabilidad Social Empresarial y Beneficios de la Empresa

El modelo simple de la empresa capitalista supone que ésta busca maximizar sus beneficios, tanto en el corto como en el largo plazo, y en este contexto la RSE puede ser vista como un costo, o como una inversión. Entonces, de acuerdo a su percepción, la empresa llevará a cabo programas socialmente responsables solamente si estos le permiten lograr su objetivo principal: la maximización de beneficios. Friedman (1970) y Tkac (2006) sostienen que:

La responsabilidad social de la empresa es maximizar sus beneficios, y que los programas de RSE no solamente los reducirían, sino que la ineficiencia de la empresa se trasladaría a toda la sociedad. Uno de los puntos en la argumentación de Friedman se relaciona con la separación entre la propiedad y la dirección de la empresa: Si los gerentes de la empresa llevaran a cabo programas de RSE estarían gastando dinero que no es propio, por lo cual deberían ser despedidos por los accionistas. En el caso de las empresas medianas y pequeñas, prosigue el autor, donde los dueños aún manejan directamente sus negocios, no se daría este conflicto. (p. 30)

Sin embargo no todos los inversionistas tienen necesariamente las mismas preferencias, y éstas influyen, a su vez, en el comportamiento de las empresas. Así Tkac (2006) señala que “los grupos a favor de la RSE presionan a la empresa por medio de accionistas minoritarios, los cuales presentan propuestas para la ejecución de programas socialmente responsables en las asambleas ordinarias” (p. 31)

Sobre el mismo punto Avi-Yonah (2005) sostiene que “los pequeños accionistas que invierten en empresas grandes son, en promedio, adversos al riesgo, lo cual explicaría sus preferencias por políticas socialmente responsables” (p. 76). Por otro lado, Graves y Waddock (1994) encuentran que “un mejor desempeño en políticas socialmente responsables atrae la inversión de organizaciones sin fines de

lucro en acciones de estas empresas, dado que perciben que su riesgo es menor”. (p. 201)

Otro modelo sobre las preferencias de los pequeños inversionistas es el de Graff y Small (2005), quienes explican que “la adopción de programas de RSE a través de un modelo a la Modigliani-Miller, donde las empresas socialmente responsables compiten con las instituciones sin fines de lucro en la producción de bienes públicos, y de bienes altruistas (p. 37).

Los autores asumen que uno de los bienes en la función de preferencias de los inversionistas es la caridad, cuyo efecto es lo que los autores llaman “warm glow”, que básicamente significa “sentirse bien por hacer caridad”. Entonces estos inversionistas pueden elegir entre comprar acciones de las empresas socialmente responsables, o dar caridad directamente. En este contexto, las empresas llevarían a cabo políticas socialmente responsables para captar fondos.

En una visión distinta de cómo se forma una empresa, Baron (2005) sostiene que “son los gerentes, y no los accionistas, los que forman las empresas, buscan los fondos, y por lo tanto son ellos quienes deciden como se asignan los recursos”. (p. 90).

Basándose en el modelo de Graff y Small reseñado arriba, Baron asume que los gerentes también sienten un “warm glow” cuando hacen posible que los inversionistas puedan hacer caridad a través de la compra de acciones de sus empresas. Señala además que los inversionistas que tienen preferencias por programas de RSE estarían dispuestos a pagar más por estas acciones, lo cual permitiría balancear los mayores costos.

Es interesante mencionar en este punto el artículo de Barnea y Rubin (2006), donde los autores sostienen que:

El conflicto no se da entre los accionistas de la empresa y los gerentes, sino entre los accionistas afiliados a la empresa y los accionistas no afiliados. A los primeros no les convendría estar asociados a una empresa con bajo desempeño de RSE, debido al efecto negativo sobre la reputación de la empresa. Asimismo señalan que el conflicto generado sería menor si los accionistas afiliados a la empresa tuvieran la mayor parte de las acciones de la firma. Otro tema relacionado a este punto es el efecto de las preferencias por RSE de los consumidores sobre los beneficios de las empresas. (p. 103)

Al respecto, Hopkins (2002) señala que:

Si bien una compañía que se preocupa de la sostenibilidad del entorno y del bienestar de sus trabajadores, tiene costos más altos, es posible que sobreviva en el mercado si los consumidores están dispuestos a pagar un “premio” por la mayor calidad del producto. (p. 77)

Entonces, las firmas tomarán una decisión sobre cuántos programas de RSE ofrecer tomando en cuenta los ingresos y costos marginales de dichos programas. Un enfoque interesante es el de Barnett (2005), quien analiza la supuesta relación positiva entre la RSE y los resultados financieros de la empresa. Según el autor: “Los programas de RSE mejorarían las relaciones entre los miembros de la empresa, lo cual reduciría los costos y aumentaría los ingresos, llevando a mejores resultados financieros” (p.54). Sin embargo, señala el autor, la bibliografía empírica no es concluyente, por lo cual elabora un modelo para explicar por qué los retornos financieros de las empresas que tienen programas de RSE no son siempre mejores que los de las empresas que no los tienen.

Basándose en el concepto de Capacidad de Absorción, que relaciona la Investigación y Desarrollo (I&D) con los resultados financieros de una empresa, Barnett introduce la Capacidad de Influencia de los Asociados, SIC por sus siglas en inglés, como la “habilidad de una firma de identificar, reaccionar, y obtener beneficios de las oportunidades para mejorar las relaciones entre los ‘stakeholders’ a través de la RSE”. (p. 36).

Es decir, la SIC de las empresas no es uniforme, y depende de la compleja red de relaciones entre los agentes económicos que tienen relación con la empresa, de las políticas socialmente responsables llevadas a cabo por la empresa en el pasado, y de su capacidad para identificar los programas de RSE que efectivamente mejorarán las relaciones entre sus asociados internos. Estas diferencias explicarían por qué unas empresas llevan a cabo más programas de RSE que otras, ya que los resultados que obtienen serían mejores.

Responsabilidad Social Empresarial y Costos de Información

El modelo simple de la empresa no toma en cuenta los costos de transacción y de información. Desde el punto de vista de la economía institucional, la empresa es una estructura de gobernación donde el control de las transacciones está en manos de los accionistas como la manera más eficaz de reducir dichos costos. Esto no implica, sin embargo, que sean sus objetivos los únicos importantes; la cooperación entre los distintos agentes económicos asociados a la empresa es necesaria para que ésta cree riqueza.

Algunos autores, como Goyal (2006) y Brekke y Nyborg (2004) sostienen que: “en un contexto de información asimétrica las políticas socialmente responsables

serían una señal enviada por la empresa a sus potenciales asociados, revelando su disposición a la cooperación”. (p. 79)

El argumento de Goyal se basa en el análisis del comportamiento de una empresa multinacional que entra a operar en un país en desarrollo. La empresa estaría interesada en enviar remesas de utilidades al exterior, dadas las restricciones usuales: la legislación del país y la coyuntura económica. Los países en desarrollo, en cambio, estarían interesados en atraer inversión extranjera y cobrar impuestos.

En este contexto, transferencias excesivas de dinero al exterior por parte de las empresas multinacionales, o impuestos excesivos por parte de los gobiernos de los países en desarrollo, configurarían comportamientos no cooperativos en un escenario que puede ser modelado como un “dilema del prisionero”. El problema se reduce entonces a buscar la manera de lograr el equilibrio cooperativo.

Es así que un buen record de políticas de RSE .permite a la firma que coopera revelar su disposición a la cooperación, lo cual induciría al país en desarrollo a cooperar también. Goyal demuestra que si la cooperación se mantiene por tres períodos consecutivos, esta se mantendrá por n periodos.

Otro artículo sobre el tema es el de Johnston (2005), quien argumenta que “las transacciones de mercado constituyen incentivos importantes para el cumplimiento de las leyes y la regulación”. (p.23). Señala que si las firmas anticipan que la publicación de información negativa sobre su actuación tendrá un efecto de mercado, entonces tendrán un mayor incentivo para llevar a cabo políticas de RSE. Esto funcionaría mejor si hay “castigos” por dar información falsa como sucede en el mercado de crédito.

El autor señala asimismo que las empresas pequeñas son relativamente ignorantes de los efectos que causan sobre el medio ambiente, y tienen costos de información más altos, por lo que tendrían menos incentivos que las empresas grandes para llevar a cabo políticas de RSE. Sin embargo, las empresas grandes también serían las que tienen mayor facilidad para dar información falsa.

Responsabilidad Social Empresarial y Productividad del Trabajo

Otro de los argumentos empleados para justificar la adopción de políticas de RSE por parte de la empresa son sus efectos positivos sobre la productividad laboral, y con ellos sobre los beneficios de la empresa. De esta manera, aparte de las razones éticas, y del derecho que los trabajadores tienen, en tanto parte de la empresa, a que sus intereses se tomen en cuenta, estarían los mayores beneficios a obtener en el mediano plazo.

Un artículo sobre este tema es el de Aguilera y asociadas, (2009) en el que las autoras analizan los efectos de las políticas socialmente responsables sobre los trabajadores, así como la presión que éstos pueden hacer para que la empresa lleve a cabo dichas políticas. De acuerdo a las autoras, las empresas llevarían a cabo programas de RSE debido a su efecto positivo sobre la motivación y productividad de los trabajadores y, a través de esto, sobre sus propios beneficios.

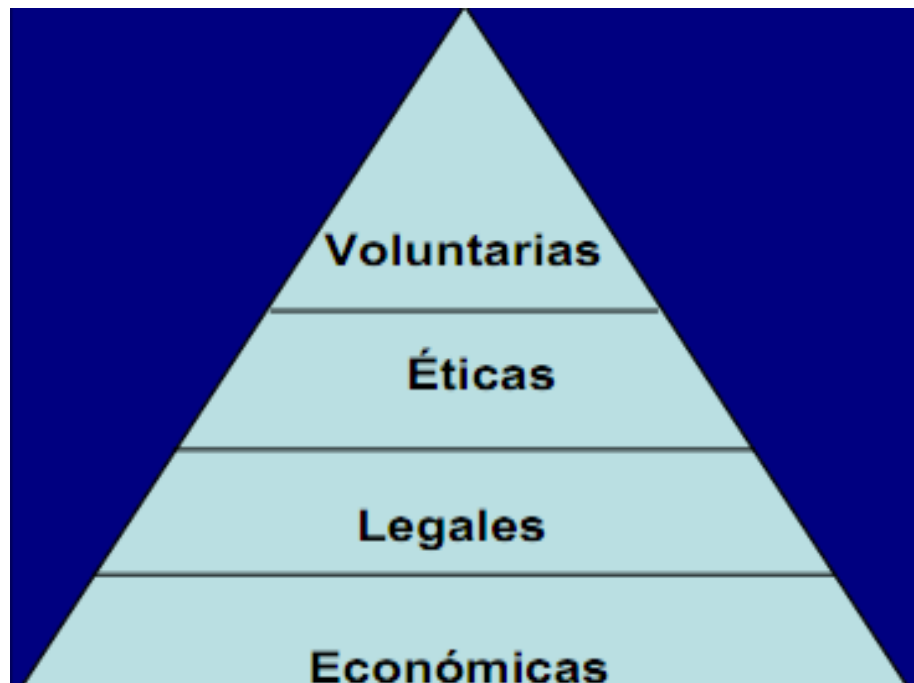
Si bien el autor no acepta del todo que problemas sociales deban ser enfrentados por las empresas, señala el posible daño en su reputación como una razón importante para tener un programa de RSE. Finalmente sostiene que las inversiones socialmente responsables mejoran la productividad de los trabajadores, vía el efecto

de salarios de eficiencia. Otro enfoque relacionado a los salarios de eficiencia es el de Brekke y Nyborg (2004), quienes plantean

Un modelo donde la empresa emplea su desempeño de RSE para atraer a trabajadores más productivos y reducir la desatención laboral. El supuesto de base es que los trabajadores más cooperativos prefieren trabajar en empresas con un buen desempeño de RSE por razones éticas, aun si obtienen menores remuneraciones. El nivel de utilidad de los trabajadores depende también de la imagen que tienen de si mismos. (p. 99)

Esto permitiría que una empresa balancee los mayores costos de las políticas de RSE con los menores costos laborales. Asimismo, los autores sostienen que los trabajadores se esforzarían más en una firma con buen desempeño de RSE que en una que no lo tiene.

Figura 1: La Pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa



Fuente: Bateman (2000)

- Responsabilidades económicas de las organizaciones como la base fundamental de su permanencia en el tiempo, por lo que producir y generar servicios que la sociedad amerite constituyen la esencia de su existencia.
- Responsabilidades legales, las cuales constituyen la obediencia a las leyes establecidas.
- Responsabilidades éticas, que involucran el cumplimiento de otras expectativas sociales, no contempladas en la ley.
- Responsabilidades voluntarias, las cuales son comportamientos adicionales y actividades que la sociedad amerita y que forman parte de los valores de la organización.

Motivación en la Responsabilidad Social

Al respecto, Barrera (2013) insiste en que “la responsabilidad social corporativa puede aportar un verdadero valor añadido a los negocios”. Efectivamente, además de mejorar la reputación y la competitividad de una compañía, implementar políticas de responsabilidad social corporativa permite fomentar la motivación de los empleados. La retribución no es la principal herramienta de motivación para captar y retener el talento de las personas, el Sr. Barrera vuelve a insistir en que lo más importante es hacer sentir a los trabajadores que forman parte del proyecto empresarial: agrega el autor citado que:

Si el trabajador ve, que en el transcurso del tiempo va mejorando su posición dentro de la empresa, que cada vez la empresa cuenta más con él, con sus conocimientos, con su saber hacer, esto es un elemento que tiene valor. Valor para el trabajador, pero valor también para la empresa. (p. 78)

Por lo que, unos trabajadores que se sienten integrados en un proyecto empresarial, que son conscientes de que no solamente reciben de su empresa un salario, sino también unas condiciones de vida favorables, como por ejemplo el tema de la conciliación de su vida laboral con su vida familiar, están mucho más integrados y motivados.

Entorno de la responsabilidad social empresarial

En el contexto global de las acciones empresariales y bajo la identificación de las dimensiones de desarrollo de la responsabilidad social, las empresas fundamentan su actuación en el compromiso de mantener la coherencia de sus acciones tanto dentro como fuera de ella, entregando a la vez transparencia y certidumbre en sus relaciones. La influencia de la RSE en su entorno se puede apreciar a continuación:

a. **Entorno Interno:** Este entorno considera como grupos de interés a los directivos, al general de los empleados, accionistas o dueños de las empresas, involucrando también el escenario en que se desarrollan las actividades de la empresa, como es el proceso productivo o la toma de decisiones.

En las acciones que la empresa realiza dentro de este escenario interno y considerando el grupo de interés que lo conforma, manifiesta una serie de compromisos, como por ejemplo los de mantener la seguridad en el trabajo o disponibilidad de información para sus dueños y accionistas. En este entorno se puede reconocer:

La Comunidad Interna: Que comprende empleados, dueños y accionistas, para los cuales la Responsabilidad Social va a actuar proporcionando una mejor

calidad de vida, un entorno seguro y más atractivo para desarrollar sus funciones entre otros beneficios.

Conducta Empresarial: Se refiere a la manifestación de los principios y valores que mueven a la empresa, bajo los cuales desarrolla sus funciones, una gestión y acción ética que es expuesta para un mejor entendimiento de los grupos de interés que conforman este entorno empresarial y un reflejo positivo hacia la comunidad externa.

Relación con los recursos naturales: En éste sentido se puede hacer referencia a la responsabilidad con que la empresa debe desarrollar sus procesos, de manera de lograr la eficiencia en el manejo de los recursos, esto para reducir los efectos nocivos en la comunidad y el medio ambiente.

b. **Entorno Externo.** El desarrollo de las actividades empresariales se mantiene también por grupos externos a la empresa, pudiéndose mencionar: Los socios comerciales, proveedores, clientes, interlocutores públicos, la comunidad local, las autoridades y Organizaciones de la sociedad Civil. En el ámbito ambiental la relación se fomenta en el trabajo por el cuidado y preservación de éste. Algunas de las relaciones que se pueden mencionar son:

Relación con los Proveedores: Las empresas incorporan en sus acciones criterios de responsabilidad social para elegir a sus proveedores, ya que consideran el cumplimiento por parte de éstos, de acciones sociales y medioambientales. Esto para mantener la coherencia de sus prácticas y las de sus socios comerciales.

Relación con los Clientes: La relación con los clientes se ve reflejada en el trabajo por parte de las empresas en satisfacer las necesidades de éstos. A la vez los clientes exigen un buen trato y el cumplimiento de sus expectativas así como el respeto por el medio ambiente. Esto llevará a mantener buenas relaciones y la confianza en la empresa.

Relación con los Competidores: La relación que se establece entre empresas competidoras al trabajar en conjunto puede producir un mayor impacto en sus prácticas de RSE que si trabajaran individualmente.

Responsabilidad Tributaria

La Responsabilidad Social Empresarial es una filosofía empresarial interrelacionada con todos los ámbitos en los que se desenvuelven las organizaciones, desde el manejo del talento humano hasta las relaciones internacionales. Es por ello que el rol de la empresa ante la Administración Tributaria no escapa de esta situación. Hasta ahora muchas teorías se han concebido en cuanto a las corporaciones y su actuación ante el medioambiente, la comunidad, sus proveedores, sus clientes, la competencia; y muy poco se ha disertado sobre la Responsabilidad social que como contribuyente tiene la entidad ante el órgano regulador de la materia impositiva.

En Venezuela, la tributación se encuentra regulada en la Carta Magna (1999), destacando los artículos relacionados con el tema tratado el 21, 133, 316 y 317. Estas disposiciones legales especifican los principios constitucionales tributarios que sistematizan el actuar del Estado en cuanto a esta materia tales como, el principio de de legalidad, de generalidad, capacidad contributiva, proporcionalidad, no confiscatoriedad, prohibición de obligaciones tributarias pagaderas con servicios personales, recaudación eficiente.

Los mismos, fijan los límites del Gobierno al precisar las multas y sanciones referentes a cualquier tributo, asimismo le proporciona a los contribuyentes el conocimiento de sus derechos, beneficios y las herramientas para defenderse. Ahora bien, a sabiendas de la magnificencia de todos estos principios solo se profundizara en el de generalidad por ser el que guarda estrecha relación con el tema tratado en esta disertación.

Normativas

La responsabilidad social empresarial va más allá del cumplimiento de las leyes y las normas, dando por supuesto su respeto y su estricto cumplimiento. En este sentido, la legislación laboral y las normativas relacionadas con el medio ambiente son el punto de partida con la responsabilidad ambiental. El cumplimiento de estas normativas básicas no se corresponde con la Responsabilidad Social, sino con las obligaciones que cualquier empresa debe cumplir simplemente por el hecho de realizar su actividad. Sería difícilmente comprensible que una empresa alegara actividades de RSE si no ha cumplido o no cumple con la legislación de referencia para su actividad.

Cabe señalar que, actualmente en Venezuela no existe propiamente un programa de Responsabilidad Social Empresarial Tributario, mas sin embargo el Estado ha promulgado leyes que de alguna manera benefician a la comunidad, como es el caso de la Ley de Impuesto Sobre La Renta, la Ley del Impuesto al Valor Agregado, la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación, Ley de Impuesto sobre Sucesiones, Donaciones y Demás Ramos Conexos, entre otras. Todas estas disposiciones legales tiene en común que al realizar cierto tipos de inversiones en actividades que sean favorables para mejorar algún sector del colectivo disfrutaran de beneficios fiscales entiéndase exoneraciones o exenciones.

Membresía en la Responsabilidad Social

La responsabilidad social no está más allá y fuera de las leyes sino que se articula con las obligaciones legales. Las leyes deben definir cuáles son los impactos negativos prohibidos y motivar a la responsabilización social de todos. Desde luego, la responsabilidad social no empieza "más allá de las leyes", como se suele escuchar, sino dentro de las leyes y para que las leyes se cumplan y vayan mejorando.

La responsabilidad social pide una coordinación entre las partes interesadas capaces de actuar sobre los impactos negativos diagnosticados, en situación de corresponsabilidad, a fin de buscar las soluciones mutuamente beneficiosas (construir valor para todos los actores sociales, soluciones "ganar-ganar", y no sólo valor para algunos a costa de los demás).

Todo ello quiere significar que, aunque no es obligatorio por Ley, las empresas pueden correlacionarse entre sí para llevar a cabo un proyecto en común que arroje beneficios a la colectividad, al medio ambiente o a su público interno.

Censo

Para llevar a cabo algún proyecto que involucre a las comunidades debe de por sí saberse cuál es el censo demográfico que se espera abarcar, de allí que, se denomina censo, en estadística descriptiva, al recuento de individuos que conforman una población estadística, definida como un conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones. El censo de una población estadística consiste básicamente, en obtener mediciones del número total de individuos mediante

diversas técnicas de recuento, lo que permite saber hacia dónde canalizar los proyectos y quienes recibirán los beneficios.

Capital Humano

Las personas que conforman el personal de la empresa, en su conjunto constituyen el capital humano de la organización. Este capital puede valer más o menos en la medida en que contenga talentos y competencias capaces de agregar valor a la organización, además de hacerla más ágil y competitiva. Por lo tanto, ese capital vale más en la medida que tenga influencia en las acciones y destinos de la organización. De acuerdo con Davenport (2006) “el término capital humano comprende habilidades, experiencia y conocimientos” (p.39). Para ello, la organización debe utilizar intensamente cuatro detonadores indispensables:

Autoridad: Conferir poder a las personas para que puedan tomar decisiones independientes sobre acciones y recursos. En este sentido, cada líder reparte y delega autoridad a las personas que puedan trabajar de acuerdo con lo que aprenden y dominan. Esto es, dar autonomía a las personas. Es lo que se conoce como delegación de autoridad (Empowerment).

Información: Se trata de fomentar el acceso a la información a lo largo de todas las fronteras, de crear condiciones para difundir la información, además, de hacerla útil y productiva para las personas en el sentido de facilitar la toma de decisiones y la búsqueda de caminos nuevos y diferentes.

Recompensas: Se refiere a la capacidad de proporcionar incentivos compartidos que promuevan los objetivos organizacionales. Uno de los motivadores más poderosos es la recompensa por el trabajo bien hecho. La recompensa funciona

como un refuerzo positivo y como un indicador del comportamiento que la organización espera de sus participantes.

Competencias: Ayudar a las personas a desarrollar habilidades y competencias para utilizar ampliamente la información y ejercer su autonomía. Así es como se crean talentos en la organización; al definir las competencias que ella necesita para alcanzar sus objetivos, así como al crear condiciones internas para que las personas adquieran y desarrollen tales competencias de la mejor manera posible.

Ahora bien, el mismo Davenport (ob. cit.) perfecciona el modelo desintegrándolo en elementos: capacidad, comportamiento y esfuerzo. Estos tres, junto con un cuarto elemento, el tiempo, perfecciona la idea clara de lo que se entiende por capital humano, tal como se puede observar en la figura 2.

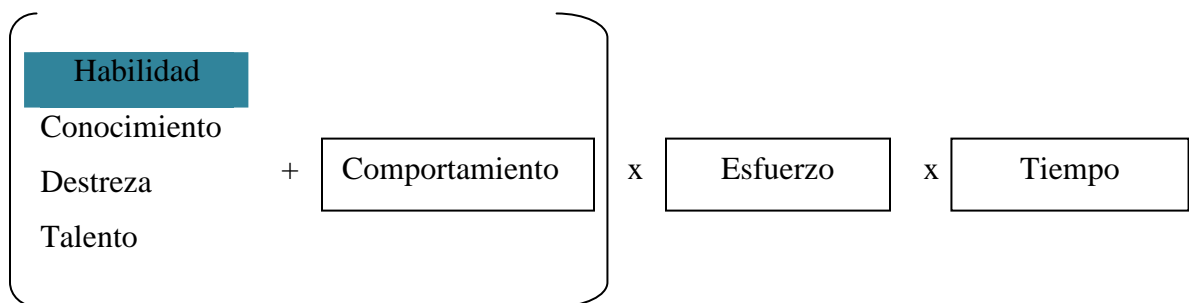


Figura 2: Componentes del Capital Humano

Fuente: Davenport (2006)

Entrenamiento

Algunos especialistas en administración de personal consideran que el entrenamiento es un medio para desarrollar la fuerza laboral en los cargos ocupados. Otros lo definen como un medio para lograr el desempeño adecuado en el cargo, y extienden el concepto a una nivelación intelectual, lograda a través de la educación

general. Para Chiavenato (2013): “Es un proceso educativo de corto plazo, aplicada de manera sistemática y organizada, mediante el cual las personas aprenden conocimientos, actitudes y habilidades, en función de objetivos definidos”. (p. 413)

Es decir, que el entrenamiento más que enseñar implica es transmitir conocimientos específicos relativos al trabajo, actitudes frente a aspectos de la organización, de la tarea y del ambiente, y desarrollo de habilidades. Cualquier tarea, independientemente de su complejidad, implica necesariamente estos tres aspectos.

El citado autor, Chiavenato (2013), sostiene que:

El entrenamiento es el proceso de desarrollo de cualidades en los recursos humanos para habilitarlos, con el fin de que sean más productivos y contribuyan mejor a la consecución de los objetivos organizacionales. El propósito del entrenamiento es aumentar la productividad de los individuos en sus cargos, influyendo en sus comportamientos.

En otras palabras, el entrenamiento es aquel proceso por medio del cual se va a enseñar al empleado que ingrese en una empresa acerca de todo lo relacionado con el puesto o cargo que va a desempeñar para que de esta manera sea más productivo en su trabajo.

Señala el autor que, el entrenamiento constituye un aprendizaje guiado o dirigido, mediante el cual se logra la adquisición de nuevas conductas o cambios de conductas ya observadas, por una nueva conducta deseada.

Igualmente, el entrenamiento hace que los individuos se preparen y sean capaces de desempeñar cargos más elevados de los que actualmente ejercen. Por lo

tanto, conforma un medio para preparar a los empleados de bajo nivel con el objetivo de ascenderlos a puestos superiores, mejorando su nivel de competencia y capacidad para el desempeño de sus funciones.

Bases Legales

Todo trabajo de investigación necesita apoyarse en disposiciones legales que le permitan fundamentar el estudio a tal punto que contribuya en el normal funcionamiento de la empresa.

Al respecto, Palella y Martins (2011), señalan que: “La fundamentación legal o bases legales se refiere a la normativa jurídica que sustenta el estudio” (p. 99). De allí que este estudio está fundamentado en el Código de Comercio y en la Ley de Impuesto sobre la Renta. A continuación se detalla la fundamentación legal que sirve de soporte a la investigación.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)

Artículo 135. Las obligaciones que correspondan al Estado, conforme a esta Constitución y a la ley, en cumplimiento de los fines del bienestar social general, no excluyen las que, en virtud de la solidaridad, responsabilidad social y asistencia humanitaria, correspondan a los particulares según su capacidad. La ley proveerá lo conducente para imponer el cumplimiento de estas obligaciones en los casos en que fuere necesario. Quienes aspiren al ejercicio de cualquier profesión, tienen el deber de prestar servicio a la comunidad durante el tiempo, lugar y condiciones que determine la ley.

Código de Comercio (1955)

El Código de Comercio (1955) permite al investigador conocer las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos de comercio, siendo éstos sustentados y fundamentados en los artículos que se describen a continuación:

Artículo 32: Todo comerciante debe llevar en idioma castellano su contabilidad, la cual comprenderá obligatoriamente, el libro de diario, el libro mayor y el de inventario. Podrá llevar además, todos los libros auxiliares que estime conveniente para el mayor orden y claridad de sus operaciones.

Esto es debido a que en Venezuela, ese es el idioma oficial y por ende todos los negocios deben tomar en cuenta este aspecto, de no ser así, no sería entendible.

Artículo 33. El libro de inventario y el libro de diario no pueden parecerse en su uso, sin que haya sido previamente presentado al tribunal o Registro Mercantil, en lugares donde los hay o el Juez Ordinario de mayor categoría en la localidad donde no existan aquellos funcionarios, a fin de poner en el primer folio de cada libro nota de que estuviese fechada y firmada por el juez y su secretario o por el Registro Mercantil, se estampará en todas las demás hojas el sello de oficina.

Como se puede observar, existe un protocolo para los libros que debe tener en cuenta cualquier empresa.

Artículo 35. Todo comerciante, al comenzar su giro y al fin de cada año, hará en el libro de Inventarios una descripción estimatoria de todos sus bienes, tanto muebles como inmuebles y de todos sus créditos, activos y pasivos, vinculados o no a su comercio.

El inventario debe cerrarse con el balance y la cuenta de ganancias y pérdidas; ésta debe demostrar con evidencia y verdad los beneficios obtenidos y las pérdidas

sufridas. Se hará mención expresa de las fianzas otorgadas, así como de cualesquiera otras obligaciones contraídas bajo condición suspensiva con anotación de la respectiva contrapartida.

Los artículos señalados se refieren a los fundamentos legales que debe cumplir la empresa, dado que es importante que se ajuste a dicha normativa para evitar sanciones y multas.

Ley de Impuesto Sobre la Renta (2007):

Artículo 90. Los contribuyentes están obligados a llevar en forma ordenada y ajustados a principios de contabilidad generalmente aceptados en la República Bolivariana de Venezuela, los libros y registros que esta Ley, su Reglamento y las demás Leyes especiales determinen, de manera que constituyan medios integrados de control y comprobación de todos sus bienes activos y pasivos, muebles e inmuebles, corporales e incorporales, relacionados o no con el enriquecimiento que se declara, a exhibirlos a los funcionarios fiscales competentes y a adoptar normas expresas de contabilidad que con ese fin se establezcan.

Las anotaciones o asientos que se hagan en dichos libros y registros deberán estar apoyados en los comprobantes correspondientes y sólo de la fe que éstos merezcan surgirá el valor probatorio de aquéllos. En este caso específico, se debe llevar la contabilidad y tener los libros de inventario al día para poder efectuar el pago del impuesto.

Ley Orgánica del Trabajo de los Trabajadores y Trabajadoras (2012)

La Ley Orgánica vigente, por su parte, corrobora lo sentenciado por el legislador en la Constitución y establece claramente el derecho al trabajo y así lo indica en su:

Artículo 26. Toda persona tiene el derecho al trabajo y el deber de trabajar de acuerdo a sus capacidades y aptitudes, y obtener una ocupación productiva, debidamente remunerada, que le proporcione una existencia digna y decorosa.

En este artículo se presume la existencia del contrato y la relación de trabajo entre el patrono y el trabajador, por lo tanto, la falta de un contrato escrito no priva al trabajador de los derechos que deriven de las normas de trabajo y de los servicios prestados, también establecidos en los siguientes artículos: En relación al contrato de trabajo se pueden mencionar los siguientes artículos:

Del Contrato de Trabajo

Artículo 58. El contrato de trabajo se hará preferentemente por escrito, sin perjuicio de que pueda probarse la existencia de la relación de trabajo en caso de celebrarse en forma oral.

Cuando esté probada la relación de trabajo y no exista contrato escrito, se presumen ciertas, hasta prueba en contrario, todas las afirmaciones realizadas por el trabajador o trabajadora sobre su contenido.

Artículo 61. El contrato de trabajo se considerará celebrado por tiempo indeterminado cuando no aparezca expresada la voluntad de las partes, en forma inequívoca, de vincularse sólo con ocasión de una obra determinada o por tiempo determinado.

Se presume que las relaciones de trabajo son a tiempo indeterminado, salvo las excepciones previstas en esta Ley. Las relaciones de trabajo a tiempo determinado y por una obra determinada son de carácter excepcional y, en consecuencia, las normas que lo regulan son de interpretación restrictiva.

Artículo 62. El contrato celebrado por tiempo determinado concluirá por la expiración del término convenido y no perderá su condición específica cuando fuese objeto de una prórroga.

En caso de dos prórrogas, el contrato se considerará por tiempo indeterminado, a no ser que existan razones especiales que justifiquen dichas prórrogas y excluyan la intención presunta de continuar la relación. Las previsiones de este artículo se aplicarán también cuando, vencido el término e interrumpida la prestación del servicio, se celebre un nuevo contrato entre las partes dentro de los tres meses siguientes al vencimiento del anterior, salvo que se demuestre claramente la voluntad común de poner fin a la relación.

El contrato de trabajo se considerará por tiempo indeterminado, si existe la intención por parte del patrono o de la patrona de interrumpir la relación laboral a través de mecanismos que impidan la continuidad de la misma.

En los contratos por tiempo determinado los trabajadores y las trabajadoras no podrán obligarse a prestar servicios por más de un año.

De la Estabilidad Laboral

Por otro lado los artículos 85 y 86 de la mencionada Ley señalan:

Artículo 85. La estabilidad es el derecho que tienen los trabajadores y trabajadoras a permanecer en sus puestos de trabajo. Esta Ley garantiza la estabilidad en el trabajo y dispone lo conducente para limitar toda forma de despido no justificado, conforme consagra la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Los despidos contrarios a la Constitución y a esta Ley son nulos.

Artículo 86. Todo trabajador o trabajadora tiene derecho a la garantía de permanencia en su trabajo, si no hay causas que justifiquen la terminación de la relación laboral. Cuando un trabajador o trabajadora haya sido despedido sin que haya incurrido en causas que lo justifiquen, podrá solicitar la reincorporación a su puesto de trabajo de conformidad a lo previsto en esta Ley.

Estos artículos destacan la necesidad administrativa que tiene el contrato de trabajo para el trabajador como para la organización, en el estará contenido lugar, tiempo y modo de prestación del servicio, remuneración descansos, vacaciones. La empresa puede exigir al empleado las obligaciones acordadas en el mismo.

Ley Orgánica del Ambiente, Gaceta Oficial de la República de Venezuela No. 31004, del 26-01-1966, Caracas.

A continuación, se procede a citar algunos artículos que se consideran de importancia para la realización del presente estudio:

Artículo 2: Se declaran de utilidad pública la conservación, la defensa y el mejoramiento del ambiente.

Artículo 20: Se consideran actividades susceptibles de degradar el ambiente:

- Las que directa o indirectamente contaminen o deterioren el aire, el agua, los fondos marinos, el suelo o el subsuelo o incidan desfavorablemente sobre la fauna o la flora.
- Las alteraciones nocivas de la topografía.
- Las alteraciones nocivas del flujo natural de las aguas.
- La sedimentación en los cursos y depósitos de aguas.
- Los cambios nocivos del lecho de las aguas.
- La introducción y utilización de productos o sustancias no biodegradables.
- Las que producen ruidos molestos o nocivos.
- Las que deterioran el paisaje.
- La que modifiquen el clima.
- Las que produzcan radiaciones ionizantes.
- Las que propendan a la acumulación de residuos, basuras, desechos y desperdicios.
- Las que propendan a la eutricación de lagos y lagunas.
- Cualesquiera otras actividades capaces de alterar los ecosistemas naturales e incidir negativamente sobre la salud y bienestar del hombre.

Artículo 21: Las actividades susceptibles de degradar el ambiente en forma no irreparable y que se consideren necesarias por cuanto reporten beneficios económicos o sociales evidentes, solo podrán ser autorizados si se establecen garantías, procedimientos y normas para su corrección. En el acto de autorización se establecerán las condiciones, limitaciones.

Artículo 32: Todo ciudadano puede acudir ante la Procuraduría del Ambiente o sus auxiliares para demandar el cumplimiento de las disposiciones relativas a la conservación, defensa y mejoramiento del ambiente, a fin de que las actividades o hechos denunciados sean objeto de investigación.

Artículo 35: Las prohibiciones y restricciones que se impongan de conformidad con la presente Ley constituyen limitaciones de la propiedad y no darán derecho al pago de indemnización.

Cuadro 2: Operacionalización de las Variables

Objetivo General: Analizar la perspectiva de las empresas Metalmecánicas Productoras de Autopartes del Estado Aragua en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad considerando la relación costo beneficio.

Objetivos Específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Instrumento	Ítem
Diagnosticar la situación actual en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad de las empresas Metalmecánicas del estado Aragua	Situación actual en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social	Responsabilidad Social Empresarial	<ul style="list-style-type: none"> - Convivencia - Sentido Social - Conciencia - Actitud - Hábitos - Bien común - Compromiso - Cultura 	Cuestionario	1 2 3 4 5 6 7 8
Identificar los costos en los cuales incurren las empresas Metalmecánicas del estado Aragua al llevar a cabo actividades de responsabilidad social	Costos en los cuales incurren las empresas Metalmecánicas del estado Aragua	Contabilidad	<ul style="list-style-type: none"> - Programas RSE - Información Contable en RSE - Personal Capacitado en RSE - Programas de Educación en RSE - Correlación de Ingresos y Gastos, aplicados en RSE. 	Cuestionario	9 10 11 12 13
Determinar los beneficios que obtienen las empresas Metalmecánicas del estado Aragua a través de la responsabilidad social con la comunidad	Beneficios que obtienen las empresas Metalmecánicas del estado Aragua a través de la responsabilidad social	Legal Comunitaria	<ul style="list-style-type: none"> - Productividad - Motivación - Medio Ambiente - Beneficios Fiscales - Cumplimiento de Normativas - Membresía - Control demográfico - Participación Económica - Autonomía e independencia - Beneficios Generados 	Cuestionario	14 15 16,17 18 19 20 21 22 23 24,25

Fuente: Pérez (2015)

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Este capítulo contiene la estructura metodológica bajo la cual se realizó este trabajo de grado; Tamayo y Tamayo (2004), sostiene que “el Marco Metodológico constituye la médula del plan, se refiere a la descripción de las unidades de análisis o de investigación, las técnicas de recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis” (p. 97).

Por ello, en el presente capítulo se muestran los aspectos metodológicos que sirvieron de parámetros básicos para guiar al estudio, mediante la definición del tipo y método de investigación, población y muestra, sistema de variables, técnicas e instrumento de recolección de datos, técnicas de análisis de datos, validez y confiabilidad del instrumento, y procedimiento de la investigación.

Tipo de Investigación:

El tipo de investigación que sustentó al presente trabajo se fundamentó en una investigación de campo, de carácter descriptivo, sustentado en una revisión bibliográfica y documental. En este orden de ideas, el Manual de Trabajo de Grado y Tesis Doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador, (2011) establece que:

La investigación de campo es el análisis sistemático de problemas con el propósito de descubrirlos, explicar sus causas y efectos, entender su naturaleza y factores constituyentes y predecir su concurrencia, los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad por el propio estudiante. (p. 5)

Por otra parte, en cuanto al carácter descriptivo de la investigación Sabino (2000) señala que: “Las investigaciones descriptivas utilizan criterios sistemáticos que permiten poner en manifiesto la estructura o comportamiento de los fenómenos estudiados proporcionando de este modo información sistemática y comprobable con las otras fuentes” (p 62). En ese mismo orden de ideas, Arias (2005) establece que el tipo de investigación consiste:

En la caracterización de un hecho, fenómeno o grupo con el fin de establecer una estructura o comportamiento. Los estudios descriptivos miden de forma independiente las variables, y aun cuando no se formulen hipótesis, las primeras aparecerán enunciadas en los objetivos de la investigación. (p. 46).

La investigación descriptiva garantizó Analizar la perspectiva de las empresas Metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad considerando la relación costo beneficio. En este mismo contexto cabe destacar que se ha seleccionado una investigación sustentada en un estudio documental para lo cual se consideró necesario una profunda revisión bibliográfica con el fin de poder apoyar el marco teórico del presente trabajo dándole una justificación y basamento en diversos autores.

Población:

Al conjunto de elementos, seres o eventos concordantes entre sí en cuanto a una serie de características, de las cuales se desea obtener alguna información se le denomina población y según Hurtado (2006) se define como: “aquella que está constituida por un grupo de seres en los cuales se va a estudiar la variable o evento y, que además comparten, como características comunes, los criterios de inclusión, es decir, particularidades similares” (p. 56). De esta manera, la totalidad de individuos que forman parte del área financiera de las empresas metalmecánicas productoras de

autopartes del Estado Aragua, fue la población que se utilizó en la presente investigación, los cuales en conjunto conforman la cantidad que se muestra en el Cuadro 3:

Cuadro 3
Población Objeto de Estudio

Empresas	Participantes
AFFINIA DE VENEZUELA, C.A.	1 Gerente General 1 Gerente de Contabilidad 1 Jefe de Control de Calidad
COROVEN, C.A.	1 Gerente General 1 Gerente de Contabilidad 1 Jefe de Control de Calidad
EMETALCA, C.A.	1 Gerente General 1 Gerente de Contabilidad 1 Jefe de Control de Calidad
METALURGICA GERARDUZZI, C.A	1 Gerente General 1 Gerente de Contabilidad 1 Jefe de Control de Calidad
METALMECANICA PATRISSI, C.A.	1 Gerente General 1 Gerente de Contabilidad 1 Jefe de Control de Calidad
Total	15

Fuente: El investigador (2014) basado en las empresas del sector metalmecánicas productoras de autopartes del Estado Aragua

Muestra

La muestra se considera un subconjunto o parte de una población y según Ogaña (2008) se define como:

Un subconjunto de elementos representativos de la población homogénea para trabajar con ella y eso no es más que la muestra; de aquí que tengan las mismas características o propiedades de la población de donde se

tomó. Si una muestra es representativa, entonces se puede inferir toda una serie de importantes conclusiones acerca de la población (estadística inductiva o inferencia estadística) o describir características observadas en la muestra (estadística descriptiva), que permita posteriormente hacer inferencias con relación a la población. (p. 145)

En tal sentido y en virtud de que la muestra se considera pequeña y fácilmente manejable por el autor, se tomó el cien por ciento (100%) de la misma, por lo que se considera de tipo censal, en este sentido López (2008) define la muestra censal como “Aquella porción que representa a toda la población, es decir, la muestra es toda la población a investigar” (p. 12).

Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos

El instrumento utilizado fue la encuesta, Palella y Martins (2003), señalan que es “una técnica dirigida a obtener datos de diversas personas cuyas opiniones interesan al investigador”. (p. 111)

Sabino, C. (2000), indica que “un instrumento de recolección de datos es, en principio, cualquier recurso de que se vale el investigador para acercarse a los fenómenos y extraer de ellos información” (p. 99). Por ello, como instrumento de recolección de datos se utilizó el cuestionario que permitió determinar la información que se desea buscar.

Validez y Confiabilidad del Instrumento

Validez del Instrumento

En este orden de ideas, debe señalarse que para que un instrumento pueda considerarse capaz de aportar información veraz y objetiva, debe ser válido y confiable. Por eso, según Tamayo y Tamayo (2004) la validez es: “acuerdo entre el resultado de una prueba o medida y la cosa que se supone medida”. (p.224).

La validez en términos generales se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir. Para hacer de los instrumentos de recolección de datos una fuente de información confiable, objetiva y veraz, los cuales deben ser sometidos a la revisión de expertos. Es importante señalar, que el instrumento utilizado en la investigación se validó mediante el juicio de expertos en metodología, diseño y contenido, quienes utilizaron para la evaluación la escala de valores, entre el uno (1) y el cuatro (4), donde uno es deficiente y el cuatro excelente.

Confiabilidad del Instrumento

La confiabilidad es un instrumento que se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objetos produce iguales resultados. De acuerdo a la definición, se aplicó el método estadístico de Kuder y Richarson conocido comúnmente como KR20, el cual se plantea que el resultado que se acerca al valor uno (1) es aceptable y cuya fórmula es la siguiente:

$$KR20 = \frac{N}{N-1} \left\{ 1 - \frac{\sum P \times Q}{St^2} \right\}$$

Donde:

K = Número de Ítems

P = Proporción de Respuestas “si”

Q = Proporción de respuestas “no”

St2 = Varianza

Técnica y Análisis de los Datos

El investigador luego de la recolección efectiva de los datos, llevó a cabo una serie de análisis sobre la base de estos, clasificándolos cuantitativamente y cualitativamente y tabulándolos de la misma forma. Por esto, los instrumentos aplicados en este caso se caracterizan por formular preguntas cerradas para expresar sus resultados codificadamente; estas derivaciones son expuestas a través de controles estadísticos que permitieron el análisis de las mismas, quedando al descubierto la situación actual en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad de las empresas Metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua y su relación costo beneficio.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

En el siguiente trabajo de investigación fue aplicado un instrumento de recolección de datos a la muestra seleccionada por el autor, en donde los resultados obtenidos son presentados por ítems con sus respectivos cuadros y gráficos de torta de forma porcentual con la finalidad de facilitar la información de los resultados obtenidos.

Los resultados fueron analizados cuantitativa y cualitativamente uno por uno, con el fin de dar cumplimiento a los objetivos que fueron planteados en la investigación, los mismos fueron tabulados con sus respectivos resultados.

El análisis de los mismos se demuestra a través de cuadros en donde se hace referencia a la apreciación que al ser una encuesta dicotómica, (SI y NO); la frecuencia de los datos obtenidos con el respectivo porcentaje de los mismos, es vaciada en un gráfico de torta en donde se evidencia con claridad los resultados de cada pregunta y luego de ello se hace el análisis.

Es por ello que en este capítulo se presenta el análisis de los resultados obtenidos en función de los objetivos del presente estudio, el cual está dirigido a Analizar la perspectiva de las empresas Metalmecánicas productoras de autopartes del estado Aragua en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad considerando la relación costo beneficio.

Objetivo 1: Diagnosticar la situación actual en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad de las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes, del estado Aragua.

Ítem 1: ¿La empresa se preocupa por el sentido de convivencia que debe tener con su comunidad?

Cuadro 4 Convivencia

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	12	80%
No	3	20%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

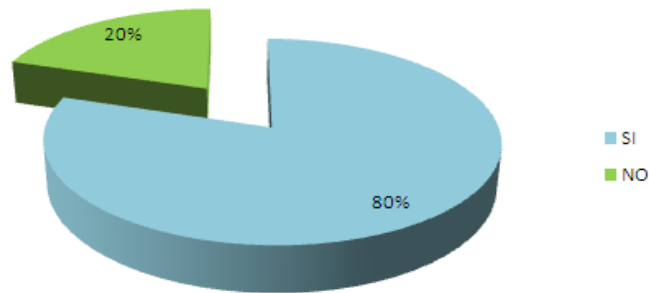


Gráfico 1 Convivencia. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Se puede observar en la gráfica 1, que el ochenta por ciento (80%) de las empresas manifestaron que se preocupan por el sentido de convivencia que debe tener con su comunidad, aunque el restante veinte por ciento (20%) no. Cabe señalar en este aspecto que el sentido de convivencia en la responsabilidad social va más allá de favorecer a la población con empleos, hay que tomar en cuenta el ambiente, por ejemplo y se pudo observar que en su mayoría dichas empresas tienen plantas de tratamiento de residuos, sin embargo no siempre establecen algún tipo de actividades que permitan mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Ítem 2: ¿En la organización se estimula el sentido social?

Cuadro 5 Sentido social

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	11	73%
No	4	27%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

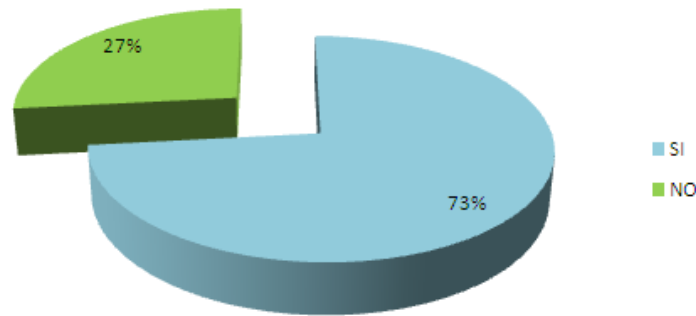


Gráfico 2 Sentido social. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: De acuerdo con los datos emitidos por este segundo gráfico, se puede observar que de acuerdo con el setenta y tres por ciento (73%) de los consultados en la organización se estimula el sentido social, para el restante veintisiete por ciento (27%) no. Cabe señalar en este aspecto que esta minoría no tiene información acerca de estos aspectos, por lo que la responsabilidad social empresarial (RSE), una nueva forma de hacer empresa, que se vincula en su desarrollo reciente al proceso de globalización de la economía mundial, surge del convencimiento de que la necesidad de innovación empresarial para la competitividad y la sustentabilidad del negocio, debe ir más allá de lo puramente tecnológico para instalarse definitivamente en el ámbito de la gestión y de la relación de la empresa con su entorno social y medio ambiental y, particularmente, en el espacio de lo laboral.

Ítem 3: ¿La empresa tiene conciencia acerca de las necesidades del entorno en el cual desarrolla sus actividades?

Cuadro 6 Necesidades del entorno

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

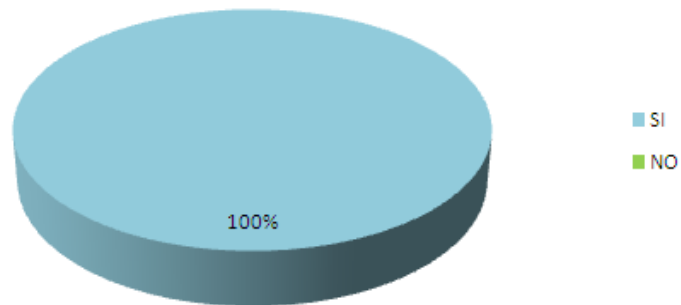


Gráfico 3 Necesidades del entorno. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: En este aspecto, el cien por ciento (100%) de las personas consultadas señaló que la empresa tiene conciencia acerca de las necesidades del entorno en el cual desarrolla sus actividades, cabe señalar que los lugares donde se encuentran ubicadas estas compañías normalmente requieren de atención, dado que por sus mismas labores, no pueden ubicarse en sitios con mejor calidad en los servicios, sin embargo, de acuerdo a las informaciones emitidas por los gerentes ellos creen que al estar al día con sus impuestos y el pago oportuno de los servicios, es responsabilidad del gobierno adecuar el ambiente, cuando en la actualidad se evidencia que debe existir cooperación entre ambos.

Ítem 4: ¿Existe una actitud positiva hacia el cumplimiento de los deberes de responsabilidad social por parte de la empresa hacia su entorno?

Cuadro 7 Actitud

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	13	87%
No	2	13%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

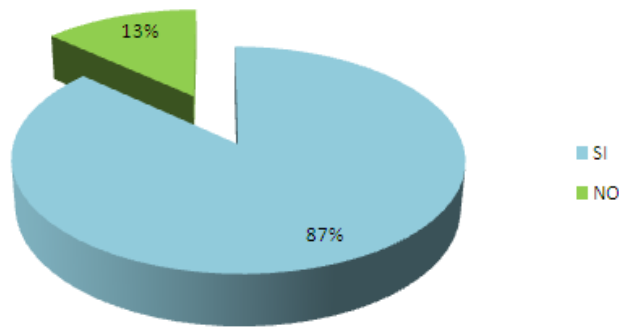


Gráfico 4 Actitud. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Al respecto, se evidencia que de acuerdo con la mayoría, representada por el ochenta y siete por ciento (87%) existe una actitud positiva hacia el cumplimiento de los deberes de responsabilidad social por parte de la empresa hacia su entorno, lo que se refiere principalmente a que se preocupan por la recolección de residuos y el tratamiento de los mismos para evitar la contaminación producida por los productos que elaboran, sin embargo, el restante trece por ciento (13%) opinó lo contrario, lo que se debe a que en algunas zonas no hay apoyo gubernamental, es decir que no facilitan las labores de recolección.

Ítem 5: ¿Se preocupa la organización por crear hábitos positivos en su personal a favor de la comunidad y su entorno?

Cuadro 8 Hábitos

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

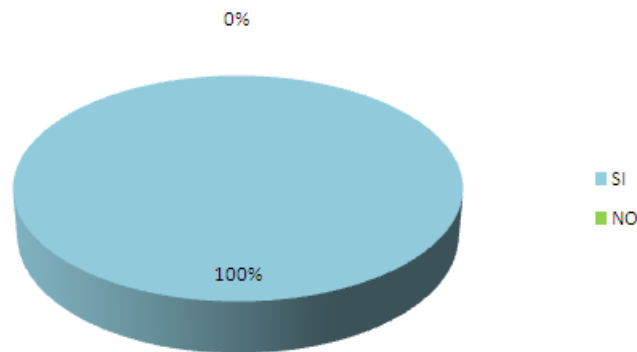


Gráfico 5 Hábitos. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Se puede observar a través de las respuestas emitidas y expresadas en el presente gráfico que el cien por ciento (100%) de los encuestados opinó que la organización se preocupa por crear hábitos positivos en su personal a favor de la comunidad y su entorno, lo que fue observado por el investigador, evidenciando que cuentan con personal preparado para evitar la contaminación en la zona, pero más allá de eso, estas empresas no cuentan con programas que les permitan interactuar con la comunidad para conocer sus reales necesidades.

Ítem 6: ¿En la empresa se trabaja por el bien común?

Cuadro 9 Bien común

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

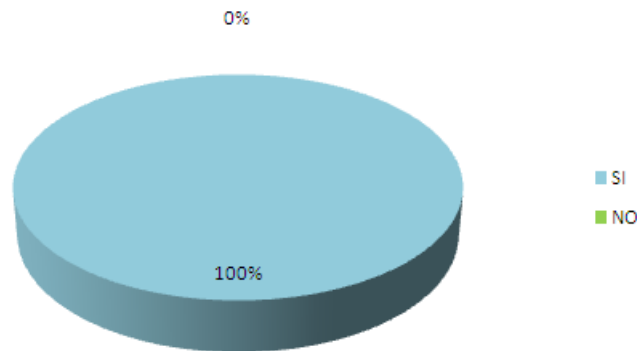


Gráfico 6 Bien común. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: De acuerdo con los datos arrojados por este gráfico 6, se observa que de acuerdo al criterio del cien por ciento (100%) de los consultados en la empresa se trabaja por el bien común. Cabe destacar que en estas empresas las condiciones de trabajo, el trato a los trabajadores, el reconocimiento y respeto de sus derechos, las políticas y planes de capacitación para el desarrollo profesional y personal y las oportunidades reales de participación que la empresa ofrece a sus trabajadores, al menos en el campo de las decisiones que les afectan directamente son bastante buenas, sin embargo, el investigador evidenció que más allá del trato a los trabajadores, muy poco se toma en cuenta la comunidad, solamente en lo que se refiere a evitar la contaminación.

Ítem 7: ¿Existe un compromiso establecido entre la empresa y la comunidad de la cual forma parte?

Cuadro 10 Compromiso

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	4	27%
No	11	73%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

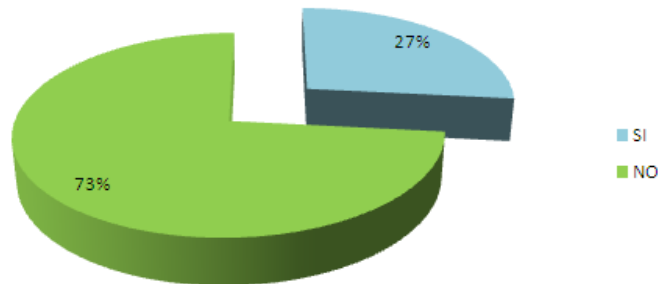


Gráfico 7 Compromiso. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Se puede observar en este aspecto, que para el setenta y tres por ciento (73%) de los encuestados no existe un compromiso establecido entre la empresa y la comunidad de la cual forma parte y para el restante veintisiete por ciento (27%) sí. Hay que destacar en este caso que el investigador se tomó la libertad de informarles a estas personas como podrían ayudar a través de la RSE a la comunidad, es decir con programas de ayuda en salud, recreación o deportes, de allí derivan las respuestas emitidas, dado que según ellos su aporte es dar empleos, pagar sus impuestos y evitar agentes contaminantes.

Ítem 8: ¿Se ha creado la cultura de responsabilidad social a partir del momento en que comenzó a formar parte de la organización?

Cuadro 11 Cultura

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	5	33%
No	10	67%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

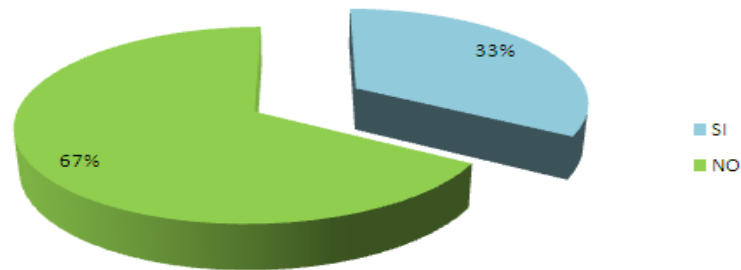


Gráfico 8 Cultura. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Tal como se puede observar a través del presente gráfico, el sesenta y siete por ciento (67%) de los encuestados refirió que no se ha creado la cultura de responsabilidad social a partir del momento en que comenzó a formar parte de la organización y para el restante treinta y tres por ciento (33%) sí, lo que se debe mayormente al desconocimiento que tenían para esos momentos de la responsabilidad social empresarial, aunque a la presente fecha ya tienen un poco más de información y luego de la visita del investigador evidenciaron las carencias que aún existían, lo que les permitirá en un futuro próximo mejorar este ámbito.

Objetivo 2: Identificar los costos en los cuales incurren las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes del estado Aragua al llevar a cabo actividades de responsabilidad social

Ítem 9: ¿Tienen asignados recursos económicos para cumplir con los programas de responsabilidad social?

Cuadro 12 Programas RSE

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	13	87%
No	2	13%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

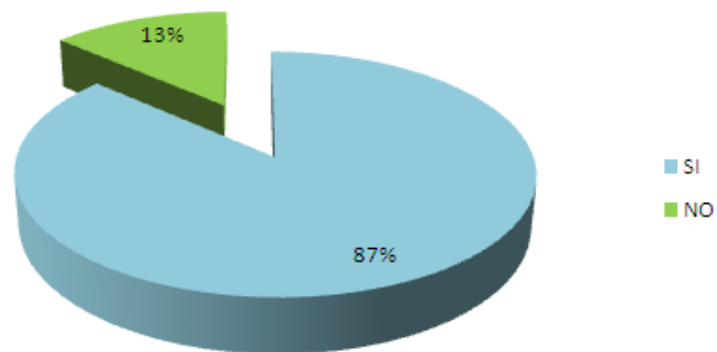


Gráfico 9 Programas RSE. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: De acuerdo con los datos evidenciados en este gráfico 9, el ochenta y siete por ciento (87%) de los encuestados señaló que tienen recursos económicos para cumplir con los programas de responsabilidad social y el restante trece por ciento (13%) señaló que no. Debe aclararse que estos recursos se refieren a mantenimiento de plantas, desecho de residuos, sin embargo más allá de lo expuesto no se toma en cuenta otros elementos de interés que podrían favorecer a la comunidad.

Ítem 10: ¿La información contable de los costos aplicados a la RSE, en los cuales incurre la empresa, se encuentra debidamente identificados, clasificados y registrados?

Cuadro 13 Información contable en RSE

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

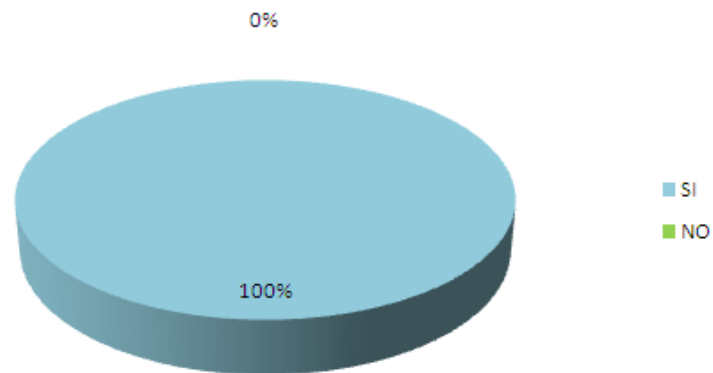


Gráfico 10 Información contable en RSE. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: En lo que respecta a los datos contables, se puede observar a través de los datos evidenciados en este gráfico 10 que, el cien por ciento (100%) de las personas encuestadas señalaron que la información contable de los costos aplicados a la RSE, en los cuales incurre la empresa, se encuentra debidamente identificados, clasificados y registrados, lo que fue observado por el investigador al realizar la observación de dichos registros, aunque la misma está asociada con los elementos que manejan estas empresas referidos a tratamiento de agua, suelos, ambiente y desechos.

Ítem 11: ¿Se cuenta con un capital humano debidamente preparado para realizar los registros contables de la RSE?

Cuadro 14 Personal capacitado en RSE

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	3	20%
No	12	80%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

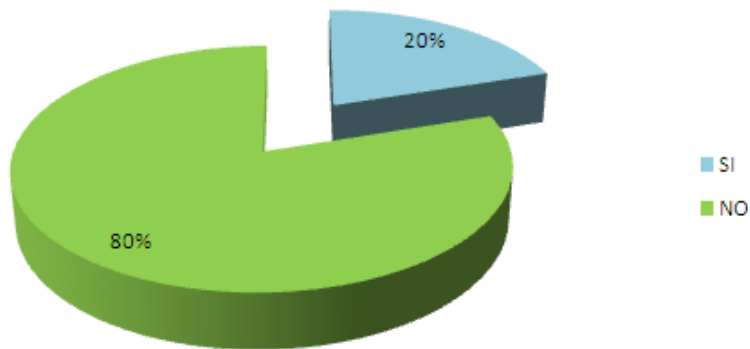


Gráfico 11 Personal capacitado en RSE. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Se puede observar a través del presente gráfico que el ochenta por ciento (80%) de los encuestados refirió que no cuenta con un capital humano debidamente preparado para realizar los registros contables de la RSE y el restante veinte por ciento (20%) que sí. Debe señalarse al respecto que solamente unas pocas empresas cuentan con un contable interno, la mayoría lleva sus registros a través de contables externos, de allí que existe esa disimilitud en las respuestas, no es evidencia de que se cuente o no con un recurso humano debidamente preparado en estos aspectos.

Ítem 12: ¿Se involucra la empresa en programas de educación, cultura y deportes dirigidos a la comunidad?

Cuadro 15 Programas de educación en RSE

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	3	20%
No	12	80%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

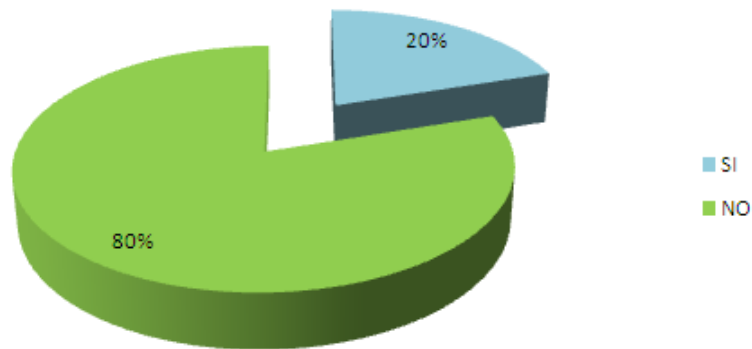


Gráfico 12 Programas de educación en RSE. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: De acuerdo con los datos observados en este gráfico 12, se evidencia que el ochenta por ciento (80%) de las empresas objeto de estudio no se involucran en programas de educación, cultura y deportes dirigidos a la comunidad, en tanto que solamente el restante veinte por ciento (20%) sí. Esto ha quedado demostrado a través de los análisis previos, por lo que el autor del estudio se dio a la tarea de informar a dichas empresas la magnitud y alcance de la Responsabilidad Social Empresarial, la cual puede servir de apoyo al desarrollo de la comunidad a través de diferentes programas.

Ítem 13: ¿Están debidamente correlacionados los ingresos y gastos en los cuales se incurre la empresa al aplicar los programas de RSE.?

Cuadro 16 Correlación de Ingresos y Gastos, aplicados en RSE

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

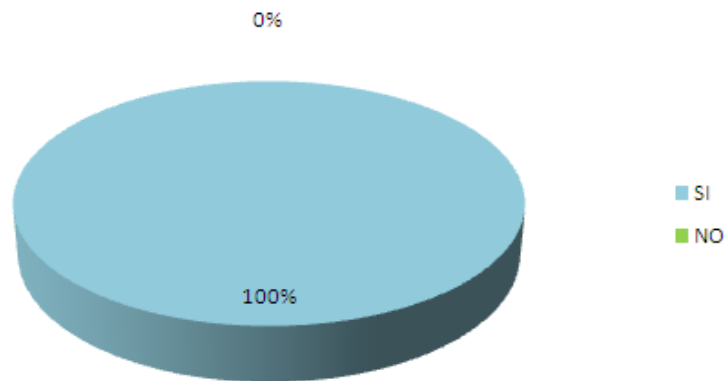


Gráfico 13 Correlación de Ingresos y Gastos, aplicados en RSE. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Aunque la mayoría de las empresas visitadas no tenían mucha información acerca de todo lo que abarca la responsabilidad social empresarial, en lo que respecta a sus registros contables, se evidenció que los mismos se encuentran al día y debidamente anotados. En tal sentido, el cien por ciento (100%) de los encuestados refirió que están debidamente correlacionados los ingresos y gastos en los cuales se incurre la empresa al aplicar los programas de RSE, lo que es de suma importancia para cumplir con los aspectos formales de las empresas, las cuales señalaron que así sea un contador interno o externo, se han preocupado por mantener su contabilidad actualizada.

Objetivo 3: Determinar los beneficios que obtienen las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes del estado Aragua a través de la responsabilidad social con la comunidad

Ítem 14: ¿El personal es más productivo al realizar sus labores sabiendo que colabora con la comunidad?

Cuadro 17 Productividad

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	4	27%
No	11	73%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

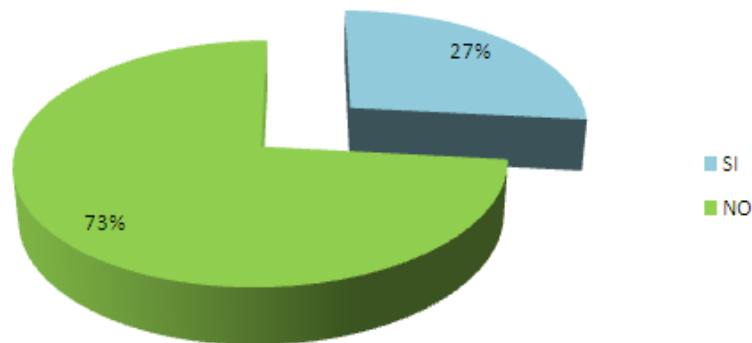


Gráfico 14 Productividad. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: En este caso, se puede observar que el setenta y tres por ciento (73%) de los encuestados opinó que el personal no es más productivo al realizar sus labores sabiendo que colabora con la comunidad, lo que se debe mayormente a que no tienen mucha información acerca de la misma, debido a que no se ha creado la cultura de dictar charlas o talleres que permitan el conocimiento de la misma entre los trabajadores, sin embargo el restante veintisiete por ciento (27%) sí. En este caso debe hacerse un esfuerzo por informar adecuadamente a los trabajadores acerca de su participación en la RSE.

Ítem 15: ¿Se siente usted motivado para llevar a cabo los programas de responsabilidad social implementados por la empresa en pro de la comunidad?

Cuadro 18 Motivación

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	14	93%
No	1	7%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

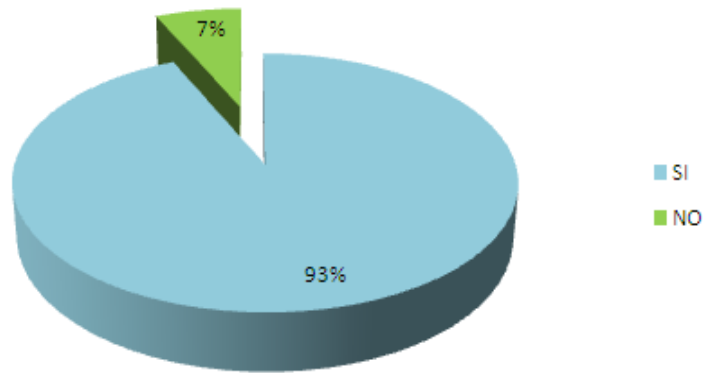


Gráfico 15 Motivación. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: En lo que respecta a los datos aportados por el presente gráfico, el noventa y tres por ciento (93%) de los consultados se siente motivado para llevar a cabo los programas de responsabilidad social implementados por la empresa en pro de la comunidad, aunque el restante siete por ciento (7%) no. Después de la charla del investigador con los gerentes evidenciaron la posibilidad de llevar a cabo algún tipo de programa para beneficiar a la comunidad, más allá de lo que hasta ahora vienen haciendo, aunque se sienten satisfechos con lo que han logrado preservando el ambiente, en lo que respecta a la minoría que señaló lo contrario, señaló que no hay apoyo gubernamental que permita llevar a cabo dichos programas.

Ítem 16: ¿La organización invierte parte de sus recursos en mejorar su entorno?

Cuadro 19 Medio ambiente

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

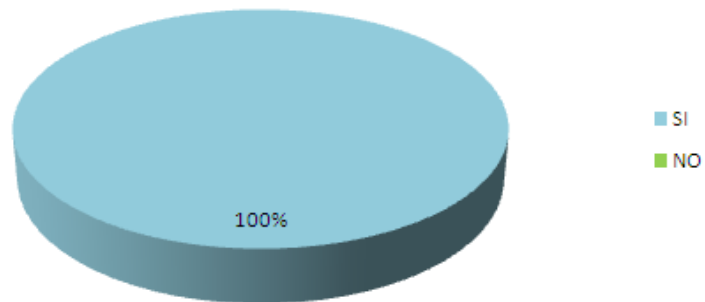


Gráfico 16 Medio ambiente. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: En cuanto a los datos arrojados por el presente gráfico, se puede observar que el cien por ciento (100%) de la muestra objeto de estudio estuvo de acuerdo al señalar que la organización invierte parte de sus recursos en mejorar su entorno, esto es debido a que las mismas se preocupan por reciclar, hacer tratamiento de aguas, llevar a cabo el adecuado tratamiento de los residuos y destinan una parte de sus ingresos para ello, bien sea para el mantenimiento de las plantas procesadoras o para la recolección de desechos.

Ítem 17: ¿Estos recursos invertidos en mejorar su entorno, son tomados como costos habituales de las actividades realizadas?

Cuadro 20 Costos habituales

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

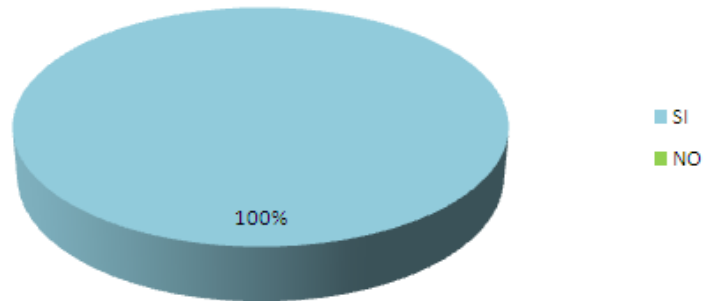


Gráfico 17 Costos habituales. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: En lo que respecta a los datos aportados por el presente gráfico, una vez más el cien por ciento (100%) de los encuestados estuvieron de acuerdo, en este caso señalaron que los recursos invertidos en mejorar su entorno, son tomados como costos habituales de las actividades realizadas, lo que fue observado por el investigador en los registros de las empresas, aunque debe señalarse que no son tomados como responsabilidad social, sino como costos de mantenimiento.

Ítem 18: ¿Al momento de efectuar la declaración de los impuestos se toma en cuenta lo invertido por la empresa en cuanto a su responsabilidad social?

Cuadro 21 Impuestos

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	3	20%
No	12	80%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

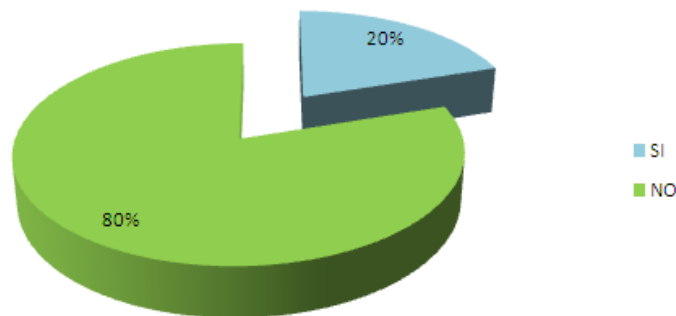


Gráfico 18 Impuestos. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Se puede observar a través de los datos arrojados por el gráfico 18 que, el ochenta por ciento (80%) de los consultados refirió que al momento de efectuar la declaración de los impuestos no se toma en cuenta lo invertido por la empresa en cuanto a su responsabilidad social, simplemente se basan en los registros de la empresa, sin embargo el restante veinte por ciento (20%) sí los toma, lo que evidencia que aún cuando sea una pequeña parte de la población tienen conocimientos acerca de la necesidad de especificar este tema y darle un tratamiento aparte.

Ítem 19: ¿Se cumplen las normativas existentes en cuanto a responsabilidad social empresarial?

Cuadro 22 Normativas RSE

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	15	100%
No	0	0%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

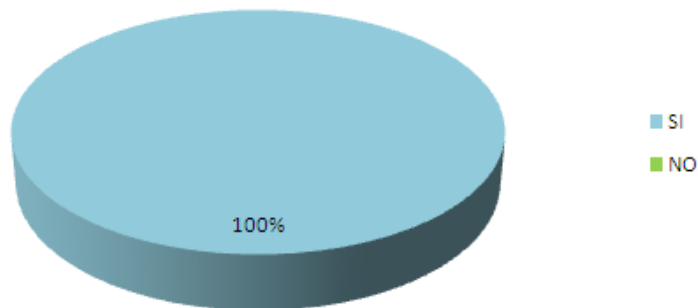


Gráfico 19 Normativas RSE. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Las empresas visitadas tienen una percepción de la responsabilidad social que definitivamente no abarca todo lo que a ella concierne, sin embargo, dentro de ciertos estándares han logrado mantener un ciclo satisfactorio para evitar daños al medio ambiente, motivo por el cual el cien por ciento (100%) está de acuerdo al señalar que se cumplen las normativas existentes en cuanto a responsabilidad social empresarial, dado que este es un punto importante que no solo beneficia a las empresas, sino que colabora con la calidad de vida de la comunidad.

Ítem 20: ¿Cuentan con algún tipo de membresía que involucre otras empresas para llevar a cabo programas en conjunto?

Cuadro 23 Membresía

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

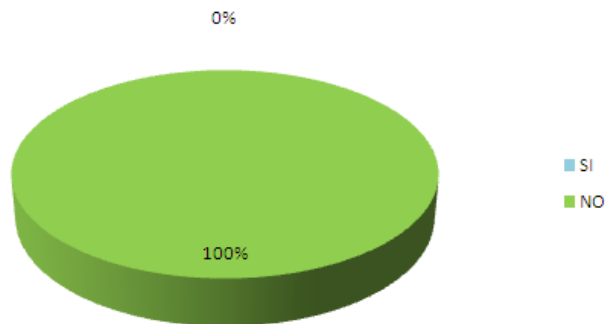


Gráfico 20 Membresía. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: En este caso el cien por ciento (100%) de las personas encuestadas señalaron que no cuentan con algún tipo de membresía que involucre otras empresas para llevar a cabo programas en conjunto, se da el caso en otros países que algunas empresas forman vínculos para llevar a cabo proyectos que permiten mejorar las comunidades, sin embargo en Venezuela, siendo que estas leyes son novedosas todavía no se han realizado proyectos en común, tal vez la presente investigación permita a las organizaciones que forman parte de este sector involucrarse, dado que sus situaciones son muy parecidas, debido a que se dedican al mismo ramo.

Ítem 21: ¿En la empresa se lleva algún censo de control demográfico para saber a quienes dirigir la RSE?

Cuadro 24 Control demográfico

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

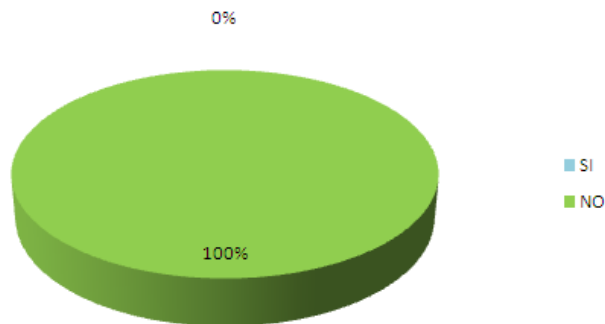


Gráfico 21 Control demográfico. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Para llevar a cabo cualquier proyecto que beneficie a la comunidad es necesario contar con datos demográficos de la población, con la finalidad de saber cuáles son las necesidades de la misma y de esta manera poder proyectar y planificar cualquier proyecto, asignando los respectivos recursos para realizar el mismo, sin embargo en este caso, el cien por ciento (100%) de la muestra objeto de estudio señaló que en la empresa no se lleva algún censo de control demográfico para saber a quienes dirigir la RSE.

Ítem 22: ¿Existe algún tipo de participación económica con otras entidades?

Cuadro 25 Participación económica

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	0	0%
No	15	100%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

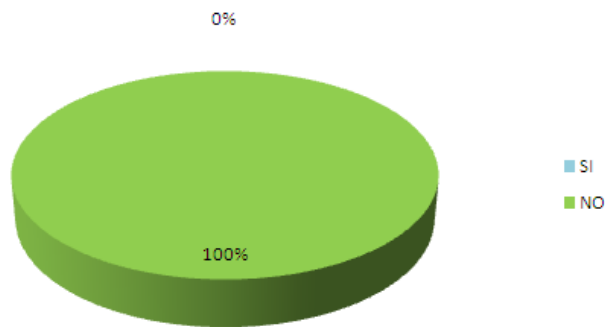


Gráfico 22 Participación económica. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Este punto es de interés, dado que ante la magnitud de algunos proyectos llevados a cabo en base a la responsabilidad social empresarial pudieran realizarse entre varias empresas ó con el apoyo del Estado, sin embargo, tal como lo evidencia la opinión del cien por ciento (100%) de los consultados no existe algún tipo de participación económica con otras entidades, lo que da a entender que es muy poco lo que estas empresas pueden llevar a cabo, sin embargo si las mismas se unieran podrían realizar cambios favorables en las zonas donde ejercen su actividad comercial.

Ítem 23: ¿Tienen autonomía e independencia para llevar a cabo la RSE?

Cuadro 26 Autonomía e independencia

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	4	27%
No	11	73%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

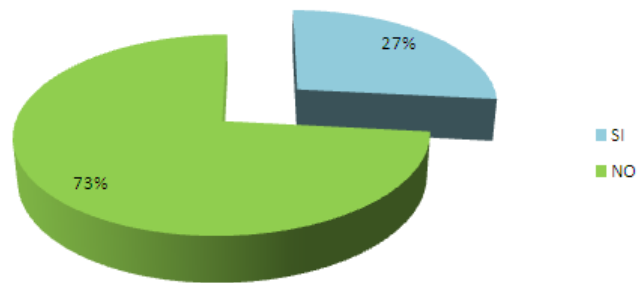


Gráfico 23 Autonomía e independencia. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: Tal como se puede observar a través de los datos aportados por el presente gráfico, el setenta y tres por ciento (73%) de los encuestados refirió que no tienen autonomía e independencia para llevar a cabo la RSE, esto es debido a que cualquier proyecto que deseen realizar debe pasar por la aprobación del Estado y en algunos casos como las plantas de tratamiento solicitar divisas que no siempre están disponibles, sin embargo, el restante veintisiete por ciento (27%) manifestó que sí la tienen.

Ítem 24: ¿La empresa ha tenido algún tipo de beneficio otorgado por el Estado al aplicar la responsabilidad social?

Cuadro 27 Beneficios por parte del Estado

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	2	13%
No	13	87%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

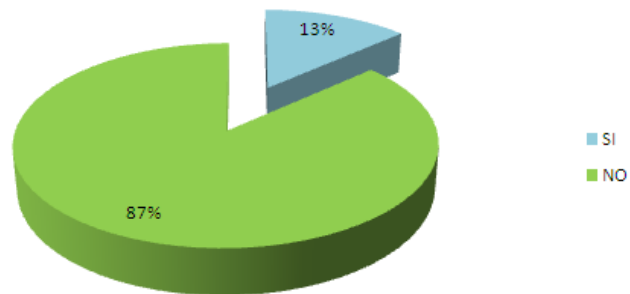


Gráfico 24 Beneficios por parte del Estado. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: De acuerdo con los datos evidenciados en este gráfico 24, el ochenta y siete por ciento (87%) de las personas encuestadas refirió que la empresa no ha tenido algún tipo de beneficio otorgado por el Estado al aplicar la responsabilidad social, lo que ha sido evidenciado anteriormente y tal vez se deba a que no se han realizado proyectos que involucren a la comunidad que sean dirigidos a otros aspectos y no solamente a la contaminación ambiental. Por otro lado, el restante trece por ciento (13%) señaló que sí ha recibido beneficios por parte del Estado.

Ítem 25: ¿Los beneficios generados a través de la responsabilidad social han sido tangibles?

Cuadro 28 Beneficios tangibles

Alternativas	Frecuencia Absoluta	Porcentaje
Si	5	33%
No	10	67%
Total	15	100%

Fuente: Pérez (2015)

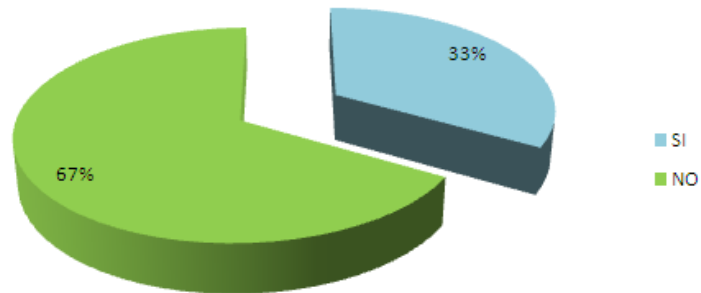


Gráfico 25 Beneficios tangibles. Elaborado con los datos tomados del cuestionario aplicado a la muestra.

Análisis: En lo que respecta a los datos aportados por el presente gráfico, se observa que para el sesenta y siete por ciento (67%) de los consultados los beneficios generados a través de la responsabilidad social no han sido tangibles, esto se debe a que en su mayoría han ocasionado una salida de recursos que de acuerdo con el criterio de los mismos no generan ningún tipo de valor, cabe señalar que los beneficios en su mayoría son intangibles, como por ejemplo, la aceptación de la comunidad, el orgullo de estar ayudando a la misma, entre otros. Aunque para el restante treinta y tres por ciento (33%) sí lo han sido.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Las empresas metalmeccánicas productoras de autopartes del estado Aragua deben estar conscientes de su responsabilidad, por lo que algunas han puesto en marcha planes que involucran a la comunidad, sin embargo en los actuales momentos y en virtud de ser algo novedoso no se mantiene un sistema que visualice de alguna forma los costos en los cuales incurren para llevarlos a cabo, tomando en cuenta que todo desembolso debe ser realizado a través de la planificación, con la finalidad de tener información fiable acerca de donde provienen esos recursos y cuáles serán los beneficios para la institución, su comunidad de empleados y la comunidad en general, por lo que se ha visto que dichos gastos se agregan a partidas que aún no se encuentran debidamente estructuradas para tal fin, lo que conlleva a desvíos de información.

Es de hacer notar que al momento de solicitar un informe de cuáles son los costos en los que se incurre por realizar alguna actividad, los mismos no se encuentran detallados como actividades de responsabilidad social, sino que se agregan a otros gastos, lo cual a la hora de cancelar impuestos, entre otros, ha traído serias contradicciones en la empresa.

Es por estos momentos que el presente estudio estuvo dirigido a analizar la perspectiva de las empresas Metalmeccánicas productoras de autopartes del estado Aragua en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad

considerando la relación costo beneficio, debido a ello se aplicó un instrumento de recolección de datos que al ser analizado evidenció las siguientes conclusiones:

En primer lugar, se diagnosticó la situación actual en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad de las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes, del estado Aragua, evidenciándose que las empresas manifestaron que se preocupan por el sentido de convivencia que debe tener con su comunidad. Cabe señalar en este aspecto que el sentido de convivencia en la responsabilidad social va más allá de favorecer a la población con empleos, hay que tomar en cuenta el ambiente, por ejemplo y se pudo observar que en su mayoría dichas empresas tienen plantas de tratamiento de residuos, sin embargo no siempre establecen algún tipo de actividades que permitan mejorar la calidad de vida de la comunidad.

Además de lo expuesto, se estimula el sentido social, en su mayoría. Cabe señalar en este aspecto que la minoría no tiene información acerca de estos aspectos, por lo que la responsabilidad social empresarial (RSE), una nueva forma de hacer empresa, que se vincula en su desarrollo reciente al proceso de globalización de la economía mundial, surge del convencimiento de que la necesidad de innovación empresarial para la competitividad y la sustentabilidad del negocio, debe ir más allá de lo puramente tecnológico para instalarse definitivamente en el ámbito de la gestión y de la relación de la empresa con su entorno social y medio ambiental y, particularmente, en el espacio de lo laboral.

De igual manera, las empresas tienen conciencia acerca de las necesidades del entorno en el cual desarrolla sus actividades, cabe señalar que los lugares donde se encuentran ubicadas estas compañías normalmente requieren de atención, dado que por sus mismas labores, no pueden ubicarse en sitios con mejor calidad en los

servicios, sin embargo, de acuerdo a las informaciones emitidas por los gerentes ellos creen que al estar al día con sus impuestos y el pago oportuno de los servicios, es responsabilidad del gobierno adecuar el ambiente, cuando en la actualidad se evidencia que debe existir cooperación entre ambos.

En este orden de ideas, existe una actitud positiva hacia el cumplimiento de los deberes de responsabilidad social por parte de la empresa hacia su entorno, lo que se refiere principalmente a que se preocupan por la recolección de residuos y el tratamiento de los mismos para evitar la contaminación producida por los productos que elaboran, aunque en algunas zonas no hay apoyo gubernamental, es decir que no facilitan las labores de recolección. Además de que, las organizaciones se preocupan por crear hábitos positivos en su personal a favor de la comunidad y su entorno, lo que fue observado por el investigador, evidenciando que cuentan con personal preparado para evitar la contaminación en la zona, pero más allá de eso, estas empresas no cuentan con programas que les permitan interactuar con la comunidad para conocer sus reales necesidades.

En tal sentido, en estas empresas se trabaja por el bien común. Cabe destacar que en estas empresas las condiciones de trabajo, el trato a los trabajadores, el reconocimiento y respeto de sus derechos, las políticas y planes de capacitación para el desarrollo profesional y personal y las oportunidades reales de participación que la empresa ofrece a sus trabajadores, al menos en el campo de las decisiones que les afectan directamente son bastante buenas, sin embargo, el investigador evidenció que más allá del trato a los trabajadores, muy poco se toma en cuenta la comunidad, solamente en lo que se refiere a evitar la contaminación.

Por otro lado, se evidenció que no existe un compromiso establecido entre la empresa y la comunidad de la cual forma parte. Hay que destacar en este caso que el

investigador se tomó la libertad de informarles a estas personas como podrían ayudar a través de la RSE a la comunidad, es decir con programas de ayuda en salud, recreación o deportes, de allí derivan las respuestas emitidas, dado que según ellos su aporte es dar empleos, pagar sus impuestos y evitar agentes contaminantes. Por lo que, no se ha creado la cultura de responsabilidad social a partir del momento en que comenzó a formar parte de la organización, lo que se debe mayormente al desconocimiento que tenían para esos momentos de la responsabilidad social empresarial, aunque a la presente fecha ya tienen un poco más de información y luego de la visita del investigador evidenciaron las carencias que aún existían, lo que les permitirá en un futuro próximo mejorar este ámbito.

Seguidamente, se identificaron los costos en los cuales incurren las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes del estado Aragua al llevar a cabo actividades de responsabilidad social, estas empresas en su mayoría, tienen recursos económicos para cumplir con los programas de responsabilidad social. Debe aclararse que estos recursos se refieren a mantenimiento de plantas, desecho de residuos, sin embargo más allá de lo expuesto no se toma en cuenta otros elementos de interés que podrían favorecer a la comunidad.

De igual manera, la información contable de los costos aplicados a la RSE, en los cuales incurre la empresa, se encuentra debidamente identificados, clasificados y registrados, lo que fue observado por el investigador al realizar la observación de dichos registros, aunque la misma está asociada con los elementos que manejan estas empresas referidos a tratamiento de agua, suelos, ambiente y desechos. Sin embargo, no cuentan con un capital humano debidamente preparado para realizar los registros contables de la RSE. Debe señalarse al respecto que solamente unas pocas empresas cuentan con un contable interno, la mayoría lleva sus registros a través de contables

externos, de allí que existe esa disimilitud en las respuestas, no es evidencia de que se cuente o no con un recurso humano debidamente preparado en estos aspectos.

De esta manera, la mayoría de las empresas objeto de estudio no se involucran en programas de educación, cultura y deportes dirigidos a la comunidad, esto ha quedado demostrado a través de los análisis previos, por lo que el autor del estudio se dio a la tarea de informar a dichas empresas la magnitud y alcance de la Responsabilidad Social Empresarial, la cual puede servir de apoyo al desarrollo de la comunidad a través de diferentes programas. Ahora bien, aunque la mayoría de las empresas visitadas no tenían mucha información acerca de todo lo que abarca la responsabilidad social empresarial, en lo que respecta a sus registros contables, se evidenció que los mismos se encuentran al día y debidamente anotados, lo que es de suma importancia para cumplir con los aspectos formales de las empresas, las cuales señalaron que así sea un contador interno o externo, se han preocupado por mantener su contabilidad actualizada.

Por último, se determinaron los beneficios que obtienen las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes del estado Aragua a través de la responsabilidad social con la comunidad, en este caso, el personal no es más productivo al realizar sus labores sabiendo que colabora con la comunidad, lo que se debe mayormente a que no tienen mucha información acerca de la misma, debido a que no se ha creado la cultura de dictar charlas o talleres que permitan el conocimiento entre los trabajadores, sin embargo se sienten motivados para llevar a cabo los programas de responsabilidad social implementados por la empresa en pro de la comunidad. Después de la charla del investigador con los gerentes evidenciaron la posibilidad de llevar a cabo algún tipo de programa para beneficiar a la comunidad, más allá de lo que hasta ahora vienen haciendo, aunque se sienten satisfechos con lo que han logrado preservando el ambiente, en lo que respecta a la minoría que señaló

lo contrario, señaló que no hay apoyo gubernamental que permita llevar a cabo dichos programas.

Se da pues que, las organizaciones visitadas invierten parte de sus recursos en mejorar su entorno, esto es debido a que las mismas se preocupan por reciclar, hacer tratamiento de aguas, llevar a cabo el adecuado tratamiento de los residuos y destinan una parte de sus ingresos para ello, bien sea para el mantenimiento de las plantas procesadoras o para la recolección de desechos. Además, los recursos invertidos en mejorar su entorno, son tomados como costos habituales de las actividades realizadas, lo que fue observado por el investigador en los registros de las empresas, aunque debe señalarse que no son tomados como responsabilidad social, sino como costos de mantenimiento.

Pero, por otro lado, al momento de efectuar la declaración de los impuestos no todas las empresas visitadas toman en cuenta lo invertido en cuanto a su responsabilidad social, simplemente se basan en los registros de la empresa, lo que evidenció que aún cuando sea una pequeña parte de la población tienen conocimientos acerca de la necesidad de especificar este tema y darle un tratamiento aparte. Ahora bien, las empresas visitadas tienen una percepción de la responsabilidad social que definitivamente no abarca todo lo que a ella concierne, sin embargo, dentro de ciertos estándares han logrado mantener un ciclo satisfactorio para evitar daños al medio ambiente, debido a que se cumplen las normativas existentes en cuanto a responsabilidad social empresarial, dado que este es un punto importante que no solo beneficia a las empresas, sino que colabora con la calidad de vida de la comunidad.

Debe señalarse que, no cuentan con algún tipo de membresía que involucre otras empresas para llevar a cabo programas en conjunto, se da el caso en otros países que algunas empresas forman vínculos para llevar a cabo proyectos que permiten

mejorar las comunidades, sin embargo en Venezuela, siendo que estas leyes son novedosas todavía no se han realizado proyectos en común, tal vez la presente investigación permita a las organizaciones que forman parte de este sector involucrarse, dado que sus situaciones son muy parecidas, debido a que se dedican al mismo ramo. Tampoco se lleva algún censo de control demográfico para saber a quienes dirigir la RSE, cabe referir que para llevar a cabo cualquier proyecto que beneficie a la comunidad es necesario contar con datos demográficos de la población, con la finalidad de saber cuáles son las necesidades de la misma y de esta manera poder proyectar y planificar cualquier proyecto, asignando los respectivos recursos para realizar el mismo

Por lo demás, no existe algún tipo de participación económica con otras entidades, lo que da a entender que es muy poco lo que estas empresas pueden llevar a cabo, sin embargo si las mismas se unieran podrían realizar cambios favorables en las zonas donde ejercen su actividad comercial. Este punto es de interés, dado que ante la magnitud de algunos proyectos llevados a cabo en base a la responsabilidad social empresarial pudieran realizarse entre varias empresas ó con el apoyo del Estado. Se observó que, no tienen autonomía e independencia para llevar a cabo la RSE, esto es debido a que cualquier proyecto que deseen realizar debe pasar por la aprobación del Estado y en algunos casos como las plantas de tratamiento solicitar divisas que no siempre están disponibles.

De igual manera, las empresas manifestaron que, no ha tenido algún tipo de beneficio otorgado por el Estado al aplicar la responsabilidad social, lo que ha sido evidenciado anteriormente y tal vez se deba a que no se han realizado proyectos que involucren a la comunidad que sean dirigidos a otros aspectos y no solamente a la contaminación ambiental y los beneficios generados a través de la responsabilidad social no han sido tangibles, esto se debe a que en su mayoría han ocasionado una

salida de recursos que de acuerdo con el criterio de los mismos no generan ningún tipo de valor, cabe señalar que los beneficios en su mayoría son intangibles, como por ejemplo, la aceptación de la comunidad, el orgullo de estar ayudando a la misma, entre otros.

Recomendaciones

Luego de haber llevado a cabo la investigación y de acuerdo con los resultados de la misma, se sugieren las siguientes recomendaciones:

Llevar a cabo charlas, talleres o cursos para informar al personal acerca de la responsabilidad social empresarial y su importancia para la comunidad, sea ésta interna o externa.

Crear un aparte en los registros contables para identificar los costos en los cuales se incurre al poner en práctica cualquier aspecto relacionado con la RSE.

Tratar en lo posible de unirse como empresas del mismo ramo de negocios para apoyar proyectos en conjunto que beneficien a la colectividad.

Solicitar apoyo al Estado o los entes gubernamentales para implementar programas recreativos, educativos o de salud dirigidos a mejorar la calidad de vida de las comunidades cercanas.

Elaborar presupuestos, para apoyar la gestión ambiental, no sólo por empresa, sino en conjunto, de manera que eviten en lo posible el apoyo gubernamental, tal como la recolección de desechos.

Abrir canales de información que permitan tener datos de las necesidades de la zona.

Llevar a cabo un censo, mediante el cual se pueda detectar cualquier necesidad que sea viable solucionar.

De ser posible, contratar personal especializado en responsabilidad social empresarial para que maneje la misma, lo que se puede realizar a través de la unión de las empresas del sector.

REFERENCIAS

- Aguilera, R, D. Rupp, C. Williams, y J. Ganapathi. (2007). "Putting the S Back in CSR: A Multi-level Theory of Social Change in Organizations." *Academy of Management Review* [Revista en Línea] 32. Disponible: <https://business.illinois.edu/aguilera/pdf/AguileraRuppWilliamsGanapathiAMR2007.pdf>. [Consulta: 2015, Marzo 14]
- Argandoña, A. (1998). La teoría de los Stakeholders y el bien común: Documento de Investigación N° 355, División de Investigación IESE, Universidad de Navarra España. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.iese.edu/research/pdfs/DI-0355.pdf>. [Consulta: 2015, Marzo 21]
- Arias, F. (2005) El proyecto de Investigación. Caracas: Editorial Episteme.
- Austin, J. (2005) Alianzas Sociales en América Latina: Enseñanzas Extraídas de Colaboraciones entre el sector privado y organizaciones de la sociedad civil. [Documento en Línea]. Disponible: <http://publications.iadb.org/bitstream/handle/11319/313/Alianzas%20sociales%20en%20Am%C3%A9rica%20Latina.pdf?sequence=1>. [Consulta: 2015. Abril, 30].
- Avi-Yonah. (2005) "The Cyclical Transformations of the Corporate Form: A Historical Perspective on Corporate Social Responsibility. [Documento en Línea]. Disponible: <http://repository.law.umich.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1041&context=articles> = . [Consulta: 2015. Marzo 14]
- Barnea y Rubin (2005). Corporate Social Responsibility as a Conflict between Shareholders. [Documento en Línea]. Disponible: <http://apps.olin.wustl.edu/jfi/pdf/csr.conflict.pdf>. [Consulta: 2015, Abril 07]
- Barnett, Michael (2005). Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility. [Documento en Línea]. Disponible: http://www.researchgate.net/publication/228282818_Stakeholder_Influence_Capacity_and_the_Variability_of_Financial_Returns_to_Corporate_Social_Responsibility. [Consulta: 2015, Abril 07]
- Baron, D. (2005) Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship. [Documento en Línea]. Disponible: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.335.4469&rep=rep1&type=pdf>. [Consulta: 2015, Marzo 15].

- Barrera (2009). La Política de Impulso de la Responsabilidad Social de las Empresas. [Documento en Línea]. Disponible: http://www.empleo.gob.es/es/sec_trabajo/autonomos/economia-soc/RespoSocEmpresas/foro_expertos/contenidos/Consejo_Estatal_RSE.pdf. [Consulta: 2015, Abril, 05]
- Bateman (2000) Administración una Ventaja Competitiva. México: Mc Graw Hill.
- Bernal, C. (2006) Metodología de la Investigación, para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. México: Pearson Educación.
- Brekke y Nyborg. (2004) Moral Hazard and Moral Motivation: Corporate Social Responsibility as Labor Market Screening. [Documento en Línea]. Disponible: <http://www.econstor.eu/bitstream/10419/63093/1/478454759.pdf>. [Consulta: 2015, Marzo 28]
- Cea, R. (2010) Responsabilidad social corporativa en las entidades bancarias de la Unión Europea. Análisis empírico y propuesta de modelo normalizado. [Resumen en Línea]. Trabajo de grado de doctorado publicado, Universidad de Valladolid, España. Disponible: https://repositorio.uam.es/xmlui/bitstream/handle/10486/4183/28409_cea_moure_ramiro.pdf?sequence=1. [Consulta: 2015, Febrero 22]
- Chiavenato, I. (2013). Gestión del Talento Humano. Bogotá: Mc Graw Hill.
- Código de Comercio (1955) Gaceta Oficial de la República de Venezuela, N° 475 (Extraordinaria) Diciembre 21, 1955.
- Davenport, T (2006) Capital Humano, Creando ventajas competitivas a través de las personas. Madrid: Deusto.
- Gaete, R. (2012) Responsabilidad social universitaria: una mirada a la relación de la Universidad con la sociedad desde la perspectiva de las partes interesadas, un estudio de caso. [Resumen en Línea]. Trabajo de grado de doctorado publicado, Universidad de Valladolid, España. Disponible: https://scholar.google.co.ve/scholar?q=related:YNBVEsTbR-YJ:scholar.google.com/&hl=es&as_sdt=0,5 [Consulta: 2015, Febrero 25].
- Goyal (2005). Corporate Social Responsibility as a Signaling Device for FDI. [Documento en Línea]. Disponible: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=703887. [Consulta: 2015, Marzo, 6].
- Graff y Small (2005). A Modigliani-Miller Theory of Altruistic Corporate Social Responsibility. Topics in Economic Analysis & Policy. [Documento en Línea].

- Disponible: http://www.researchgate.net/profile/Arthur_Small/publication/46556038_A_Modigliani-Miller_Theory_of_Altruistic_Corporate_Social_Responsibility/links/5523cd420cf223eed37fe268.pdf. [Consulta: 2015, Marzo 16].
- Graves y Waddock (1997) The corporate social performance-financial performance link. [Documento en Línea]. Disponible: https://scholar.google.co.ve/scholar?q=Graves+y+Waddock&btnG=&hl=es&as_sdt=0%2C5. [Consulta: 2015, Abril, 17]
- Harvard Business School. (2008). Corporate Social Responsibility Through an Economic Lens. [Documento en Línea]. Disponible: http://www.ksg.harvard.edu/fs/rstavins/Papers/Reinhardt_Stavins_Vietor_REEP.pdf. [Consulta: 2015, Abril 12].
- Höffe, O. (1994). Diccionario de Ética. Madrid: Ediciones Cecsca.
- Hopkins, M (2002). Sustainability in the Internal Operations of Companies. [Documento en Línea]. Disponible: http://www.researchgate.net/profile/Michael_Hopkins5/publication/228580607_Sustainability_in_the_internal_operations_of_companies/links/54b7a1150cf2bd04be33b186.pdf. [Consulta: 2015, Abril, 17].
- Johnston, J (2005), "Signaling Social Responsibility: On the Law and Economics of Market Incentives for Corporate Environmental Performance [Documento en Línea]. Disponible: http://scholarship.law.upenn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1062&context=faculty_scholarship. [Consulta: 2015, Marzo, 31].
- Ley de Impuesto sobre la Renta. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 38.628, Febrero 16, 2007
- Ley Orgánica del Ambiente, Gaceta Oficial de la República de Venezuela, 31.004, Enero 26, 1966,
- Ley Orgánica del Trabajo de los Trabajadores y Trabajadoras, Gaceta Oficial de la Republica Bolivariana de Venezuela, 6076 (Extraordinaria), Mayo 7, 2012
- López, J. (2008) Técnicas de Investigación Científica. Caracas: Editorial Tommor.
- Méndez A. (2002) Metodología de la Investigación. Mexico: Ediciones CEAC, S.A.
- Ortiz, P. (2010), La responsabilidad social empresarial como base de la estrategia competitiva de HZX . [Resumen en Línea]. Trabajo de grado de Maestría no publicado, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Disponible:

<http://javeriana.edu.co/biblos/tesis/economia/tesis242.pdf>. [Consulta: 2015, Febrero 25].

Palella y Martins (2003) El Proceso de Investigación. Caracas: Editorial Frigor.

Ramírez, J. (2011), Responsabilidad social empresarial: Estudio de caso para la empresa Publiter Ltda, con base en la técnica Colombiana GTC 180. [Resumen en Línea]. Trabajo de grado de Maestría no publicado, Universidad de la Salle Bogotá. Disponible: <http://repository.lasalle.edu.co/bitstream/handle/10185/3414/T11.11%20R145r.pdf?sequence=1> . [Consulta: 2015, Febrero 25].

Redondo, A. (2004) Curso práctico de contabilidad: General y superior. México: Mc Graw Hill.

Sabino (2000) “El Proceso de Investigación”. Caracas: Editorial Panapo.

Sánchez, A. (2008), Modelo para vincular la responsabilidad social empresarial a las estrategias de negocio. [Resumen en Línea]. Trabajo de grado de Maestría no publicado, Universidad Católica Andrés Bello. Caracas. Disponible: <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAR3709.pdf> . [Consulta: 2015, Febrero 28].

Tamayo y Tamayo, M. (2004), **El Proceso de Investigación Científica**. México: Editorial Limusa.

Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2010). Manual de Trabajos de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales. Caracas: FEDUPEL.

Vaca, L. (2011) Responsabilidad Social. Balance Social [Documento en Línea] disponible: http://www.fonfau.com/wp-content/uploads/2011/08/Luis_Vaca_RS_Balance_Social.pdf. [Consulta: 2015, Mayo 04].

ANEXOS

Anexo A
Instrumento de Recolección de Datos

CUESTIONARIO

<p>Objetivo 1: Diagnosticar la situación actual en cuanto al cumplimiento de la responsabilidad social con la comunidad de las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes, del estado Aragua.</p>			
ÍTEM		SI	NO
1.	¿La empresa se preocupa por el sentido de convivencia que debe tener con su comunidad?		
2.	¿En la organización se estimula el sentido social?		
3.	¿La empresa tiene conciencia acerca de las necesidades del entorno en el cual desarrolla sus actividades?		
4.	¿Existe una actitud positiva hacia el cumplimiento de los deberes de responsabilidad social por parte de la empresa hacia su entorno?		
5.	¿Se preocupa la organización por crear hábitos positivos en su personal a favor de la comunidad y su entorno?		
6.	¿En la empresa se trabaja por el bien común?		
7.	¿Existe un compromiso establecido entre la empresa y la comunidad de la cual forma parte?		
8.	¿Se ha creado la cultura de responsabilidad social a partir del momento en que comenzó a formar parte de la organización?		
<p>Objetivo 2: Identificar los costos en los cuales incurren las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes del estado Aragua al llevar a cabo actividades de responsabilidad social</p>			
ÍTEM		SI	NO
9.	¿Tienen asignados recursos económicos para cumplir con los programas de responsabilidad social?		
10.	¿La información contable de los costos aplicados a la RSE, en los cuales incurre la empresa, se encuentra debidamente identificados, clasificados y registrados?		
11.	¿Se cuenta con un capital humano debidamente preparado para realizar los registros contables de la RSE?		
12.	¿Se involucra la empresa en programas de educación, cultura y deportes dirigidos a la comunidad?		

13.	¿Están debidamente correlacionados los ingresos y gastos en los cuales se incurre la empresa al aplicar los programas de RSE.?		
Objetivo 3: Determinar los beneficios que obtienen las empresas Metalmecánicas, Productoras de Autopartes del estado Aragua a través de la responsabilidad social con la comunidad			
ÍTEM		SI	NO
14.	¿El personal es más productivo al realizar sus labores sabiendo que colabora con la comunidad?		
15.	¿Se siente usted motivado para llevar a cabo los programas de responsabilidad social implementados por la empresa en pro de la comunidad?		
16.	¿La organización invierte parte de sus recursos en mejorar su entorno?		
17.	¿Estos recursos invertidos en mejorar su entorno, son tomados como costos habituales de las actividades realizadas?		
18.	¿Al momento de efectuar la declaración de los impuestos se toma en cuenta lo invertido por la empresa en cuanto a su responsabilidad social?		
19.	¿Se cumplen las normativas existentes en cuanto a responsabilidad social empresarial?		
20.	¿Cuentan con algún tipo de membrecía que involucre otras empresas para llevar a cabo programas en conjunto?		
21.	¿En la empresa se lleva algún censo de control demográfico para saber a quienes dirigir la RSE?		
22.	¿Existe algún tipo de participación económica con otras entidades?		
23.	¿Tienen autonomía e independencia para llevar a cabo la RSE?		
24.	¿La empresa ha tenido algún tipo de beneficio otorgado por el Estado al aplicar la responsabilidad social?		
25.	¿Los beneficios generados a través de la responsabilidad social han sido tangibles?		

Anexo B
Criterio de Validez por Juicio de Expertos

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
 FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
 DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
 MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES
 CAMPUS LA MORITA

Título de la investigación: PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS METALMECÁNICAS PRODUCTORAS DE AUTOPARTES DEL ESTADO ARAGUA, EN CUANTO AL CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD, CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO

INSTRUCCIONES: Marque con una equis (X) el renglón que Usted considere reúne este instrumento para cada uno de los aspectos señalados.

Ítem	REDACCIÓN				CONTENIDO				METODOLOGÍA			
	Exc. 4	Bue. 3	Reg. 2	Defic. 1	Exc. 4	Bue. 3	Reg. 2	Defic. 1	Exc. 4	Bue. 3	Reg. 2	Defic. 1
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												
Observaciones:												

Leyenda: Exc = Excelente Bue = Buena Reg = Regular Defic. = Deficiente

Evaluado por:

Nombre: _____

CI: _____

Firma: _____

Anexo C
Determinación de Confiabilidad

DETERMINACIÓN DE LA CONFIABILIDAD

DETERMINACIÓN DE LA CONFIABILIDAD																														
ITEMS/ MUESTRA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		(X-x)	(X-x) ²		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	22	8,60	73,96		
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	22	43	1849,00		
3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	21	41	1681,00		
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	18	35	1225,00		
5	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	15	29	841,00		
6	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	13	25	625,00		
7	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	13	25	625,00		
8	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	13	25	625,00		
9	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	13	25	625,00		
10	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	13	25	625,00		
11	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	13	25	625,00		
12	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	12	23	529,00		
13	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	11	22	484,00		
14	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	9	18	324,00		
15	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	8	16	256,00		
																												216		11012,96
p	0,80	0,73	1,00	0,87	1,00	1,00	0,27	0,33	0,87	1,00	0,20	0,20	1,00	0,27	0,93	1,00	1,00	0,20	1,00	0,00	0,00	0,00	0,27	0,13	0,33	13,40				
q	0,20	0,27	0,00	0,13	0,00	0,00	0,73	0,67	0,13	0,00	0,80	0,80	0,00	0,73	0,07	0,00	0,00	0,80	0,00	1,00	1,00	1,00	0,73	0,87	0,67					
P*Q	0,16	0,20	0,00	0,11	0,00	0,00	0,20	0,22	0,11	0,00	0,16	0,16	0,00	0,20	0,07	0,00	0,00	0,16	0,00	0,00	0,00	0,00	0,20	0,11	0,22	2,28				

$$\mathbf{Kr20= 25/24 * (733.20-2,28/733,20)}$$

$$\mathbf{Kr20= 1,04 * 0.99}$$

Kr20= 1 (Instrumento de Muy Alta Confiabilidad)

Anexo D
Constancias de Validez



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES
CAMPUS LA MORITA



CARTA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe Hilda González portador de la Cédula de Identidad N° 1.185.211 Hago constar por medio de la presente que el instrumento de Recolección de Datos del Trabajo de Grado titulado: **PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS METALMECÁNICAS PRODUCTORAS DE AUTOPARTES DEL ESTADO ARAGUA, EN CUANTO AL CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD, CONSIDERANDO LA RELACIÓN COSTO BENEFICIO;** diseñado por el Lcdo. Henry Pérez Bautista C.I. V-9.660.529, el cual será aplicado a la muestra seleccionada; expreso que reúne los requisitos suficientes y necesarios, para ser aplicados en el logro de los objetivos que se desean obtener en esta investigación.

Constancia de aprobación que se expide a solicitud de la parte interesada.

Maracay a los 30 días del mes de Abril de 2015.

Atentamente,

Firma: [Firma]
C.I. 1.185.211



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES
CAMPUS LA MORITA



CARTA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe Consuelo Carrera portador de la Cédula de Identidad N° 4613674 Hago constar por medio de la presente que el instrumento de Recolección de Datos del Trabajo de Grado titulado: **PERSPECTIVA DE LAS EMPRESAS METALMECÁNICAS PRODUCTORAS DE AUTOPARTES DEL ESTADO ARAGUA, EN CUANTO AL CUMPLIMIENTO DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CON LA COMUNIDAD, CONSIDERANDO LA REALCIÓN COSTO BENEFICIO;** diseñado por el Lcdo. Henry Pérez Bautista, C.I. V-9.660.529, el cual será aplicado a la muestra seleccionada; expreso que reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser aplicado en el logro de los objetivos que se desean obtener en esta investigación.

Constancia de aprobación que se expide a solicitud de la parte interesada.

Maracay a los 30 días del mes de Abril de 2015.

Atentamente,

Firma:
C.I. 4613674