UNIVERSIDAD DE CARABOBO.
VICERRECTORADO ACADEMICO.
DIRECCION GENERAL DE POSTGRADO
CAMPUS LA MORITA.

# LA GESTIÓN BASADA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA VALORACION DE LA INFORMACIÓN CONTABLE EN EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL SECTOR PLÁSTICO, UBICADAS EN EL ESTADO ARAGUA

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO (TEG) PARA OPTAR AL TÍTULO DE MAGISTER EN CIENCIAS CONTABLES

**Autor:**
Lcdo. Enver Ysaya

La Morita, Mayo 2015

UNIVERSIDAD DE CARABOBO.
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES.
MAESTRÍA EN CIENCIAS CONTABLES
CAMPUS LA MORITA.

**CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN**

**LA GESTION BASADA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA VALORACION DE LA INFORMACION CONTABLE EN EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL SECTOR PLÁSTICO, UBICADAS EN EL ESTADO ARAGUA**

**Tutor:**
**David Gerardo Zambrano**

**Aceptado en la Universidad de Carabobo**
**Facultad de Ciencias Económicas y Sociales**
**Área de Estudios de Postgrado**
**Maestría en Ciencias Contables**

**Prof. David Gerardo Zambrano**
**C.I. V- 7.074.631**

**La Morita, Mayo 2015**

# LA GESTION BASADA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA VALORACION DE LA INFORMACION CONTABLE EN EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL SECTOR PLÁSTICO, UBICADAS EN EL ESTADO ARAGUA

**Autor**: Lcdo. Enver Ysaya
**Tutor**: Prof. David Zambrano
**Fecha**: 2015

## RESUMEN

Contar con una gestión empresarial exitosa supone, cada vez más, referirse a una organización que logra su rentabilidad económica sin descuidar la sostenibilidad ambiental y la equidad social. Este tipo de gestión no puede ser alcanzado de otro modo que desarrollando habilidades para establecer relaciones duraderas y rentables con los grupos de interés de la empresa. Ello requiere que la organización, partiendo del código de ética que define la cultura organizacional, fije sus metas a alcanzar (económicas, medioambientales y sociales), procure su consecución y genere canales efectivos de comunicación y diálogo con accionistas, consumidores, proveedores, público interno, gobiernos y comunidades. Por tal motivo la presente investigación se basó en proponer lineamientos de gestión basada en la Responsabilidad Social Empresarial para la valoración de la información contable en empresas manufactureras del sector plástico, ubicadas en el estado Aragua. El enfoque metodológico es de una investigación de campo, de nivel descriptivo bajo la modalidad de proyecto factible; se abordó el tema dentro del marco de un sistema de información contable con debilidades en el orden de la RSE en cuanto a su aplicación. Se aplicó un cuestionario de 24 preguntas dicotómicas el mismo fue validado para su aplicación. Se concluyó que dichas empresas no mantienen un mecanismo que les permita definir las variables que influyen en el enfoque de RSE. Por lo cual se recomendó la inmediata implementación de la propuesta a fin de optimizar dichos procesos.

**Palabras claves:** Gestión, Responsabilidad Social Empresarial, Información contable.

## ÍNDICE GENERAL


| | pp. |
|---|---|
| **RESUMEN**..... | iv |
| **ÍNDICE GENERAL**…….. | v |
| **LISTA DE CUADROS**..... | vii |
| **LISTA DE GRÁFICOS**……. | viii |
| **INTRODUCCIÓN**..... | 9 |
| **CAPÍTULO I** | |
| **EL PROBLEMA**..... | 11 |
| Planteamiento del Problema..... | 11 |
| Objetivos de la Investigación..... | 17 |
| Objetivos General…….. | 17 |
| Objetivos específicos……..... | 18 |
| Justificación de la Investigación..... | 18 |
| **CAPÍTULO II** | |
| **MARCO TEÓRICO**..... | 21 |
| Antecedentes de la Investigación …… | 22 |
| Bases Teóricas..... | 32 |
| Bases Legales..... | 66 |
| Definición de Términos……..... | 87 |
| **CAPÍTULO III** | |
| **MARCO METODOLÓGICO**.....,,,, | 93 |
| Tipo y Diseño de la Investigación..... | 94 |
| Población y Muestra…..…… | 96 |
| Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos..... | 99 |

**pp.**

Validez y Confiabilidad de los Instrumentos..……..... 101

Técnicas de Análisis de Datos……..……..... 104

Procedimiento para la Investigación……... 105

**CAPÍTULO IV**

**ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS DATOS**..... 109

Análisis de los resultados…….…… 109

**CAPITULO V**

**LA PROPUESTA**…….. 134

**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**..... 146

Conclusiones..... 146

Recomendaciones..... 147

**REFERENCIAS** ……..... 149

**ANEXOS**..... 154

## LISTA DE CUADROS


| Cuadro | | pp. |
|---|---|---|
| **1** | Población | 99 |
| **2** | Escala de Validez | 102 |
| **3** | Criterio de Decisión de Confiabilidad | 104 |
| **4** | Código de Ética | 110 |
| **5** | Gestión del Desempeño | 111 |
| **6** | Normativas de Ley | 112 |
| **7** | Valores organizacionales | 113 |
| **8** | Respeto y colaboración | 114 |
| **9** | Instalaciones limpias | 115 |
| **10** | Impacto de la Empresa en la sociedad | 116 |
| **11** | Políticas de Responsabilidad Social Empresarial | 117 |
| **12** | Organización y calidad de trabajo | 118 |
| **13** | Derechos de participación | 119 |
| **14** | Liquidez | 120 |
| **15** | Pago a sus proveedores | 121 |
| **16** | Calidad de las Materias Primas e Insumos | 122 |
| **17** | Contrato Colectivo | 123 |
| **18** | Herramientas de medición de la Gestión Social | 124 |
| **19** | Lopcymat | 125 |
| **20** | Ley de Personas con Discapacidad | 126 |
| **21** | Declaraciones de Impuesto | 127 |
| **22** | Fona, Ley del Deporte y LOCTI | 128 |
| **23** | Cámaras Empresariales y/o Asociaciones | 129 |
| **24** | Departamento de Atención al Cliente | 130 |
| **25** | Capacitación del personal | 131 |
| **26** | Cuenta de Provisión | 132 |
| **27** | Sistema de Información | 133 |

## LISTA DE GRÁFICOS


| Gráfico | | pp. |
|---|---|---|
| **1** | Código de Ética | 110 |
| **2** | Gestión del Desempeño | 111 |
| **3** | Normativas de Ley | 112 |
| **4** | Valores organizacionales | 113 |
| **5** | Respeto y colaboración | 114 |
| **6** | Instalaciones limpias | 115 |
| **7** | Impacto de la Empresa en la sociedad | 116 |
| **8** | Políticas de Responsabilidad Social Empresarial | 117 |
| **9** | Organización y calidad de trabajo | 118 |
| **10** | Derechos de participación | 119 |
| **11** | Liquidez | 120 |
| **12** | Pago a sus proveedores | 121 |
| **13** | Calidad de las Materias Primas e Insumos | 122 |
| **14** | Contrato Colectivo | 123 |
| **15** | Herramientas de medición de la Gestión Social | 124 |
| **16** | Lopcymat | 125 |
| **17** | Ley de Personas con Discapacidad | 126 |
| **18** | Declaraciones de Impuesto | 127 |
| **19** | Fona, Ley del Deporte y LOCTI | 128 |
| **20** | Cámaras Empresariales y/o Asociaciones | 129 |
| **21** | Departamento de Atención al Cliente | 130 |
| **22** | Capacitación del personal | 131 |
| **23** | Cuenta de Provisión | 132 |
| **24** | Sistema de Información | 133 |

# INTRODUCCIÓN

La sociedad está modificando las reglas del juego para las corporaciones, ya que, las expectativas de la sociedad con relación a la empresa se han ampliado, el impacto de las decisiones que ésta última toma, pues no se limita a la función económica, sino que se refiere además a una función social como la satisfacción de las necesidades de la gente

En este sentido, la responsabilidad social empresarial ha recibido mucha atención y gran receptividad en este proceso de globalización, la cual ha evolucionado haciendo partícipe y responsable a las empresas con la sociedad. Esta nueva transformación invita a las empresas a desempeñar un papel de líderes en la solución de los problemas sociales y contribuir activamente con iniciativas que den respuestas a los mismos.

De manera entonces según el paradigma de Responsabilidad Social Empresarial, las organizaciones consideradas exitosas no son necesariamente aquellas que generan las mayores ganancias económicas para sus accionistas, sino aquellas que demuestran su liderazgo mediante el exitoso manejo de los aspectos sociales, generándose en el consciente colectivo que una empresa exitosa es igual a una empresa socialmente responsable.

En consecuencia, muchas empresas se preocupan por los beneficios que obtendrán de la Responsabilidad Social Empresarial; algunos de estos beneficios se traducen en mejoras en el control interno, reducción de costos operacionales, aumento de la reputación, imagen del producto, en las ventas y la fidelidad de los

consumidores, aumento de la productividad, calidad, en la capacidad de atraer y retener empleados, disminución en la revisión reguladora tanto nacional como local.

Ahora bien, sobre la base de lo antes expuesto, se presenta el trabajo de investigación cuyo objetivo general es Proponer lineamientos bajo en enfoque de la Responsabilidad Social Empresarial que permita la valoración de la gestión en las Empresas del sector Plástico del Estado Aragua. El presente estudio se estructurará formalmente en tres (3) capítulos los cuales se detallan a continuación:

El Capítulo I, presentará el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación tanto general como los específicos, la justificación e importancia y por último el alcance del estudio.

El Capítulo II, comprenderá los antecedentes de la investigación, fundamentos teóricos y las bases legales.

El Capítulo III, se referirá al marco metodológico, en el que se describirá la metodología a utilizar para recolectar los datos necesarios, que permitan llevar a cabo la investigación, se hará referencia al tipo y diseño de la investigación, lo relativo a población y muestra, técnicas e instrumento de recolección de datos, lo cual incluirá la determinación de la validez y confiabilidad del mismo, así como las técnicas y análisis de los datos que serán obtenidos mediante el mismo. Por último, se muestran las referencias consultadas para la realización de esta investigación y los anexos correspondientes.

# CAPÍTULO I

# EL PROBLEMA

## Planteamiento Problema

La contabilidad es una actividad tan antigua como la propia Humanidad, la misma fue sufriendo avances realmente considerables hasta el día de hoy, distinguiéndose siempre por ser una herramienta fundamental de información, para los aspectos cuantitativos financieros de las organizaciones. Puesto que en la actualidad la contabilidad ya es considerada una ciencia que tiene como finalidad satisfacer las necesidades de las sociedades, mediante la medición, evaluación, ordenamiento, análisis e interpretación de la información financiera; también es evidente a razón de la inclinación u orientación que ésta está teniendo mediante el favorecimiento y los diversos beneficios que están obteniendo los grupos de poder y de alto rango social como son aquellos que tienen como fin primordial la constante acumulación de riqueza.

Cabe destacar, la importancia de la existencia de las organizaciones para el desarrollo de las sociedades modernas, siendo las organizaciones un sistema socioeconómico que debe responder a varios grupos de interés. Hoy día, las expectativas sobre el rol de las organizaciones en la sociedad están cambiando; la empresa precisa de la sociedad para obtener sus recursos y para vender sus productos, y la sociedad necesita de la empresa para conseguir productos que satisfagan sus necesidades o que incrementen su nivel de vida y de satisfacción, así como para

desarrollar actividades remuneradas que le permitan subsistir en las sociedades normalizadas.

Pero la irremediable interconexión empresa-sociedad va haciendo que cada vez se incrementen más los datos relativos al concepto social de empresa, de modo que la contabilidad va aumentando su espectro informativo introduciendo cada vez más datos relativos al ámbito social de la empresa, inicialmente información relativa a los trabajadores, posteriormente información de contenido medioambiental. De este modo, se modifica el papel de las organizaciones no se trata únicamente de que las empresas realicen una actividad empresarial tradicional como es la generación de trabajo y riqueza para la sociedad, sino que intervengan en el desarrollo social de la comunidad en la que reside, bien sea local, nacional o mundial atendiendo primeramente a los sectores menos favorecidos.

Por lo antes mencionado y para aumentar el compromiso social de la empresa, es necesario que los empresarios se propongan destinar recursos a la población en condición de riesgo, lograr un buen clima laboral, invertir en la salud, educación, seguridad industrial de ser el caso, de sus empleados; de esta manera, las empresas cumplirán en cierto modo con su Responsabilidad Social, sin afectar negativamente las ganancias de la empresa, ya que estas acciones repercuten positivamente en el ámbito financiero y benefician a la comunidad en general.

De hecho, las empresas reconocidas por su desempeño social, son más competitivas que las indiferentes al tema de la Responsabilidad Social, y sus productos son más aceptados en el mercado por la simpatía que despiertan; además, porque se caracterizan por un mejoramiento de la ejecución financiera, ya que

aquellas compañías que tienen compromiso público con códigos de ética, han logrado superar dos y tres veces a aquellas que no la tienen.

Por otra parte, la contabilidad no es ajena a esta situación y por ello ya no es extraño oír hablar de diversos asuntos conexos entre la responsabilidad empresarial y la contabilidad social, el balance social, la contabilidad ambiental y otros temas afines, la RSE lleva también al tema de la Ética Empresarial. La forma de administrar y tomar decisiones que alcanza o supera las expectativas éticas, legales, comerciales y sociales que la sociedad tiene de las empresas.

Hay que tener en cuenta que, lo social no es un atributo nuevo añadido al quehacer de las empresas pero si un enfoque. Sin embargo las empresas son agentes de desarrollo social y económico por definición, su actividad modifica el entorno y afecta las formas de vida de la comunidad a la que se vincula. En este orden de ideas, el aporte plantea pasar de la filantropía tradicional a la Inversión Social, al darse cuenta la organización que una política de filantropía enfocada a hacer donaciones en efectivo no es suficiente para satisfacer los desafíos sociales y ambientales, ni para obtener resultados sostenibles. Por ende, todas las empresas, incluyendo las microempresas están llamadas a ser socialmente responsables, sin embargo, hasta ahora han sido en su mayoría aquellas más grandes las que se han interesado en el tema.

En este sentido, la esencia de la responsabilidad social es que representa una respuesta voluntaria por parte de la organización, a fin de actuar de manera responsable hacia varios grupos sociales; Esto crea un nuevo reto para las

organizaciones las cuales deben ejercer un papel de mayor importancia, ya no solo sobre los estados financieros sino con una visión más integral de la empresa.

De allí, se trata de reconocer que las necesidades de información pública son crecientes. En cualquier caso, es un proceso de innovación y de mejora de la calidad de información en el sentido de agregar y demostrar el valor real de la empresa a través de nuevas maneras de comunicar. Es importante resaltar, que la Responsabilidad Social Empresarial se sirve de diversas herramientas, una de las cuales es el Balance Social.

Además, el balance social le permite a la empresa evaluar el alcance de sus objetivos sociales a través de la medición cuantitativa y cualitativa de las acciones efectuadas, información que sirve de complemento a la presentación de los resultados alcanzados en materia financiera; Esta herramienta está diseñada de manera flexible, ya que puede ser adaptado a diversas empresas, en función a sus características, necesidades, orientación social o prioridades. Lo antes expuesto fortalece la RSE por la necesidad de identificar y aprovechar las oportunidades de negocios que el mundo globalizado presenta y para lo cual deberán estar al tanto de los cambios que se avecinen para adaptarse a ellos.

Ahora bien las empresas del sector plástico deben evaluar como pasar del gasto a la inversión social y como se traduce la inversión social en programas que impactan la sociedad contribuyendo con el desarrollo integral de la misma. Siendo conscientes que no sólo están obligados a cumplir con los beneficios que le corresponden legalmente, sino además, es el estar expectante a todas sus necesidades; Buscando

mejorar sus condiciones con el fin de lograr el bienestar tanto personal como laboral, favoreciendo no sólo al trabajador sino a sus familias.

Aun cuando, tales empresas certifican sus plantas y procesos organizacionales con el fin de ofrecer mayor confianza a sus clientes, experimentando una permanente innovación y el desarrollo de nuevas aplicaciones. En la vía de nuevos materiales, procesos y tecnologías de diseño, basado en la calidad de sus productos para mantener el debido reconocimiento y posicionamiento en el mercado, pero esto no es suficiente para mejorar su gestión

Por el contrario, los retos que estas organizaciones presentan es elaborar estrategias gerenciales que desarrollen acciones de carácter social alineadas con los objetivos de negocio de la empresa, en una práctica ganar-ganar, en estrecha vinculación con stakeholders, con una perspectiva de largo plazo introduciendo una dinámica innovadora que va más allá de lo exigido.

De ahí que en la actualidad los empresarios locales hayan empezado a tomar medidas y a apoyar proyectos que demuestren su compromiso con la sociedad donde se encuentran localizadas, aun cuando al momento de realizar la presentación de informes de gestión, se destaca la escasa orientación de las organizaciones a evaluar los resultados de la actuación social por ausencia de uniformidad de criterios, es por ello que presentar su gestión bajo el enfoque del Balance Social, constituirá un paso adelante en ese sentido. Del mismo modo, estas empresas reconocen la necesidad de evaluar el destino y el impacto de las acciones de Responsabilidad Social, de manera que dichas acciones sean expresión de un proceso de planificación y se desarrollen programas que sean productos de metodologías modernas; es fundamental superar las

practicas inspiradas en el sentido caritativo e iniciar la construcción de una cultura inspirada en la RSE.

Sin embargo, en múltiples oportunidades estas empresas del sector plástico efectúan donaciones o financian programas, no simplemente por bondad o solidaridad social, sino porque existe el convencimiento real, de que recuperarán con creces su inversión gracias al mejoramiento general; esto también ocurre por la existencia de muchas leyes emergentes como LOCTI, FONA y Ley de Deporte así lo exigen. Pero, siendo la dimensión social la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial, a razón de ello el tema de la RSE es un recurso estratégico para la sobrevivencia de las organizaciones, siendo la mejor política económica aquella que produce mejores beneficios sociales.

En consecuencia, lo anteriormente descrito puede llevar al desarrollo de estas empresas a un situación difícil, ya que estas precisan de unas serie de actuaciones, en todos sus ámbitos, con el fin de mejorar la calidad de vida laboral, para lograr los objetivos que se deseen alcanzar, disponer de la información necesaria que permita conocer las deficiencias existentes en las empresas del sector plástico, es decir, es necesario efectuar un diagnóstico inicial del entorno, que integre situación social y económica de la empresa, incluyendo las condiciones de trabajo. Igualmente se convertirá en beneficios, rentabilidad, reposicionamiento de marca, cambios y mejoras en los procesos, diferenciación de la competencia y disminución del riesgo social.

Con la implementación de una herramienta o lineamientos, las empresas manufactureras del sector plástico, pueden mejorar sus procesos, desarrollar

estrategias competitivas que conduzcan a ganar mayor cuota en el mercado de sus competidores de mentalidad tradicional y aumenten los márgenes de beneficio como consecuencia de las prácticas de negocio socialmente conscientes, reorientando a toda la organización para alcanzar cuotas de compromiso y de acción social, aprendiendo a producir y a consumir de otra manera, con valores que tienen que ver más con la responsabilidad y la sostenibilidad. En virtud de estos señalamientos surgen al investigador las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la situación actual desde la perspectiva social de las empresas del Sector Plástico? ¿Cuáles son los indicadores económicos financieros utilizados como instrumento de medición de la responsabilidad? ¿Cuáles son los requerimientos necesarios para la valoración financiera de la Información contable en las empresas del Sector Plástico? ¿A través de lineamientos de RSE se podría valorar la información financiera de las empresas manufactureras del sector plástico ubicadas en el Estado Aragua?

## Objetivos de la Investigación

### Objetivo General

Proponer lineamientos de gestión basados en la Responsabilidad Social Empresarial para la valoración Financiera de la Información Contable en empresas manufactureras del sector plástico, ubicadas en el Estado Aragua.

**Objetivos Específicos**

- Diagnosticar desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial la situación actual de las empresas del Sector Plástico.

- Identificar los indicadores económicos financieros como instrumento de medición de la Responsabilidad Social Empresarial.

- Establecer los requerimientos necesarios para la valoración financiera de la Información contable en las empresas del Sector Plástico.

- Diseñar lineamientos de Gestión Basados en la Responsabilidad Social Empresarial para la valoración financiera de la Información contable en las Empresas Manufactureras del Sector Plástico ubicadas en el Estado Aragua.

## Justificación de la Investigación

El creciente auge de la responsabilidad social corporativa, ante la incuestionable evidencia de los efectos económicos, sociales y medioambientales que genera la actuación empresarial, lleva a plantearse el papel que puede ejercer la disciplina contable ante este nuevo fenómeno, que comienza a dejar de ser un hecho

puntual de determinadas empresas o foros de discusión, y que empieza a desarrollarse como una práctica determinante en el seno de las empresas.

Esto ha dado lugar a una nueva dimensión de divulgación de información: los reportes sociales, que presentan una visión integral de la empresa y demuestran la gestión de la misma en los distintos elementos que contribuyen y que refuerzan la percepción de una acción responsable en múltiples ámbitos y que atiende intereses más amplios que el básico, el lucro. Este es la condición necesaria de supervivencia y éxito, pero no la condición suficiente, cada vez más claramente representada por la capacidad de la empresa de ser sustentable.

Y para responder a ello, las empresas empiezan a adoptar ese modelo, el cual es una forma de gestión que se define por la relación ética y transparente de actividades o acciones con todos los públicos con los que se relaciona y por el establecimiento de metas compatibles con el desarrollo sostenible del medio en el que actúa, logrando gestionar y solucionar las contradicciones entre la lógica de mercado y la lógica de la ética. Por lo tanto se busca es ampliarse la dimensión de reporte, de lo estrictamente financiero (o contable tradicional), a lo no financiero a materias tan distintas como lo técnico ambiental, a algo tan "soft" como la satisfacción de clientes o al clima organizacional, existe el doble riesgo de quedar fuera del proceso o afectar el objetivo de mostrar a la empresa como una integralidad.

Para que la información sea útil debe cumplir varias cualidades, entre las que destacan por su importancia la veracidad y la comparabilidad. Es decir, que existan unas normas generalmente aceptadas en relación con la elaboración y verificación de la información; y lo primero conlleva lo segundo, es decir, hace falta ponerse primero

de acuerdo en cómo elaborar la información o que principios y normas son necesarios aplicar de manera más o menos generalizada (lo que equivaldría a los principios y normas de contabilidad de la información financiera) y, segundo que metodología común hay que aplicar para la revisión de la información (o las normas de auditoria de la información financiera).

En este contexto la profesión contable ya ha establecido, en letra y molde, en la Norma de Contabilidad Internacional (IAS 1) en la definición de componentes de los estados financieros lo siguiente: Se estimula que las empresas presenten, además de los estados financieros, un informe gerencial que describa y explique los principales aspectos de la performance y situación financiera de la empresa y las principales incertidumbres que enfrenta. Este informe podría incluir una revisión de: a) Principales factores e influencias que determinan la performance…c) las fortalezas y recursos de la empresa cuyo valor no está reflejado en el balance general preparado bajo normas internacionales de contabilidad.

En síntesis, el balance socio-económico y la Inversión Social Empresarial le permite a la empresa evaluar el alcance de sus objetivos sociales, información que servirá para demostrar el beneficio del rol social en materia financiera  Además de esto, la presente investigación pretende establecer lineamientos de Gestión Basado en Responsabilidad Social Empresarial para la valoración de la Información Financiera en las Empresas Manufactureras del Sector Plástico ubicadas en el Estado Aragua, sirviendo de antecedentes para futuras investigaciones.

# CAPÍTULO II

## MARCO TEORICO

En esta etapa se reúne información documental para crear las bases teóricas de la investigación, a la par, esta proporciona un conocimiento profundo de la teoría que le da significado a la investigación, es a partir de estas teorías que se generan nuevos conocimientos. En tal sentido, Hernández, Fernández y Baptista (2008:64) acotan que el marco teórico "…implica analizar teorías, investigaciones y antecedentes que se consideren válidos para el encuadre del estudio…". Una vez definido el planteamiento del problema y precisados los objetivos generales y específicos que determinan los fines de la investigación, es necesario establecer los aspectos teóricos que sustentaran el estudio en cuestión. En consecuencia, dentro del Marco Teórico se muestran las bases de las diversas teorías y conceptos relativos a la temática de la Riesgo Laboral, que orientan el sentido del presente estudio.

En tal sentido, resulta evidente, que ante cada problema de investigación ya se poseen referentes teóricos y conceptuales, así como informaciones, aun cuando éstas sean difusas o sistemáticas, cuyo propósito es dar al estudio un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan integrar al problema a un ámbito donde cobre sentido.

Teniendo en cuenta estas consideraciones y el esencial carácter teórico practico del proceso de conocimientos, el cometido que cumplirá el Marco Teórico en esta investigación, es exactamente, situar al problema objeto de estudio dentro de un

conjunto de conocimientos, lo más sólido posible, a fin de orientar la búsqueda y ofrecer una conceptualización adecuada de los términos utilizados, pudiendo ser manejados y convertidos en acciones concretos. A tal fin, será necesario delimitar los parámetros conceptuales que sustentaran y complementaran el estudio; implicando esto, la inclusión de todos los elementos teóricos ya conocidos y valorados, como los nuevos y confiables, que servirán de apoyo a elementos implicados en la búsqueda investigativa.

**Antecedentes de la Investigación**

En este punto se reflejan exclusivamente otros trabajos de investigación con títulos similares o relacionados al tema que se está desarrollando, es decir información documental de primera mano. Los antecedentes de la investigación constituyen una fuente incuestionable de valiosa información, la cual sirve como apoyo para establecer criterios que le permitan generar lineamientos y estrategias adecuadas a las necesidades propias del trabajo a desarrollar. Al respecto, Tamayo y Tamayo. (2009:98) Afirma que en estos "…se trata de hacer una síntesis conceptual de las investigaciones y trabajos realizados sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación.". La revisión de trabajos de investigación relacionados con el tema en estudio permitirá la selección de antecedentes que aportarán información importante para el logro de los objetivos formulados. Entre estos trabajos se encuentran los siguientes:

Zubillaga, A. (2013) En su investigación titulada "**Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial desde una perspectiva interna**"; Trabajo Especial de Grado presentado para optar al título de Magister Scientiarum en

Gerencia Mención Empresarial, en la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado". La responsabilidad Social Empresarial es un tema de interés para todas las organizaciones puesto que les facilita conocer sus stackeholders, las características, importancia y necesidades. Esta investigación permitió realizar un análisis sobre la importancia que los trabajadores consideran a los aspectos organizacionales de la dimensión interna de la responsabilidad social empresarial, como ellos perciben estos aspectos en las empresas donde laboran y cuál es la prioridad que ellos otorgan a esos aspectos para que una empresa sea considerada socialmente responsable. La investigación fue un estudio de caso tipo descriptivo y de campo. Se utilizó un cuestionario para obtener la información relacionada con la importancia, percepción y priorización de los aspectos organizacionales de la dimensión interna de la responsabilidad social empresarial en materia de relaciones laborales. El análisis de la información, se tradujo en resultados coherentes, que permitieron concluir que todos los aspectos organizacionales de la dimensión interna son prioritarios. Sin embargo existen tres, 1.- La Seguridad y Estabilidad en el empleo, 2.- El Reconocimiento y Recompensa y 3.- La Formación y Empleabilidad, los cuales le otorgan mayor importancia y están orientados a satisfacer la necesidad humana, el reconocimiento laboral, sentirse motivado para el mejor desempeño de sus funciones y el desarrollo equilibrado de los aspectos de su vida, para considerar a una empresa socialmente responsable, sin embargo no existe mucha coincidencia con lo que los trabajadores perciben de las empresas. Por lo tanto, se concluye que ser responsable con los trabajadores es utilizar mecanismos que involucren al personal, no discriminarlos por alguna condición, generar métodos de prevención de riesgos, ofrecer planes de desarrollo personal y profesional además de hacer partícipe a los trabajadores en las gestiones y resultados de la empresa; demostrando que existe mucho camino por recorrer para las empresas con el tema de la dimensión interna de la responsabilidad social empresarial.

La investigación anteriormente citada guarda estrecha relación con la presente investigación ya que se establecen criterios sobre la responsabilidad social empresarial y su incidencia a nivel empresarial, por lo cual se tomaron distintos aspectos para nutrir las bases teóricas referenciadas.

Castillo, E. (2012) en su investigación "**Diseño de un instrumento de evaluación de Responsabilidad Social Empresarial adaptado a los Laboratorios de Bioanálisis en Venezuela**"; Proyecto de Trabajo de Grado Presentado para Optar al Título de Magister en Administración de Empresas Mención Finanzas, en la Universidad de Carabobo; Actualmente las grandes empresas cuentan con un poder económico importante capaz de generar impactos positivos en la sociedad. Ante esto, existen diversas perspectivas referentes a las obligaciones que deben cumplir las mencionadas con su entorno, pues el mismo les ha brindado las condiciones necesarias para alcanzar su sostenimiento. En éste contexto, encuentra cabida el término de Responsabilidad Social Empresarial, el cual implica para las organizaciones llevar a cabo acciones más allá de las impuestas por el marco legal, reconociendo e integrando en las estrategias planteadas, los problemas de índole social y ambiental. Cabe destacar que dicha visión no resulta ajena a las pequeñas y medianas empresas (PYMES), pues desde comienzos del nuevo milenio diversas iniciativas mundiales han promovido la implementación de prácticas responsables en tan importante sector empresarial. Ahora bien, aun cuando las grandes empresas cuentan con instrumentos que le permiten evaluar y comunicar su actuación en materia de Responsabilidad Social Empresarial, sin embargo las PYMES de la mayoría de los sectores económicos en Latinoamérica y particularmente en Venezuela carecen de ellos. Por tanto, el objetivo general de la presente investigación consiste en diseñar un instrumento que permita a la pequeña empresa del sector salud, específicamente los Laboratorios de Bioanálisis, evaluar su gestión social y responsable con respecto al entorno en general. Este estudio se fundamentó en los

enfoques de Responsabilidad Social Empresarial y también en las prácticas responsables que según la teoría deben realizar las PYMES. La metodología empleada está enmarcada en la modalidad Proyecto Factible, sustentada en una investigación documental y de campo, lo que permitió a través del análisis conjunto, elaborar un Instrumento de Evaluación de Responsabilidad Social Empresarial adaptado a Laboratorios de Bioanálisis en Venezuela.

La investigación de Castillo sirvió de aporte para el desarrollo de la presente investigación, ya que se tomaron aspectos relevantes para el desarrollo de la propuesta diseñada, en la cual se fijaron aspectos para el desarrollo del instrumento para medir la Responsabilidad Social Empresarial, así como algunas recomendaciones pertinentes para el ámbito empresarial.

Matos, D. (2012) en su trabajo de grado titulado "**La Responsabilidad Social Empresarial como estrategia competitiva de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) constructoras del Municipio Lagunillas"**, Trabajo de Grado para optar al título de: Magíster Scientiarum en Gerencia de Empresas. Mención: Gerencia de Operaciones, en la Universidad del Zulia; El objetivo del estudio fue analizar la responsabilidad social empresarial (RSE) como estrategia competitiva de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constructoras del municipio Lagunillas, para lograr este objetivo se debe identificar los elementos de RSE en la Gerencia Estratégica, caracterizar los elementos de RSE, identificar los beneficios y proponer lineamientos estratégicos gerenciales para la responsabilidad social. El estudio se basa en planteamientos teóricos de Baltera y Diaz (2005); Guédez (2006); Reyno (2008); Chiavenato (2005); Cox y Dupret (2004); Dolan y Hernandez (2002); Pizzolante (2004); Navarro y Hernandez (2003); Porter (2005); Lizcano (2004), Méndez (2003); Correa (2004); Velazco (2004). La metodología fue descriptiva y de

campo, siendo su diseño no experimental y transaccional. La población de estudio la constituyen los gerentes de las pymes del sector Construcción que brindan sus servicios a la Alcaldía del Municipio Lagunillas, se seleccionó una muestra intencional de once (11) unidades informantes que cumplieron con los siguientes criterios: que estén solventes en el Registro de Proveedores y Contratistas de la Alcaldía, que sean empresas jurídicas, con varios contratos para el año 2011 con la modalidad recursos propios. Se diseñó un instrumento, con 37 ítems con alternativas de respuesta dicotómica, el cual resultó 93% confiable. Los resultados obtenidos fueron analizados cuantitativamente y discutidos con base en los autores que soportaron la investigación, indicando que actualmente estas empresas no conciben en su gerencia estratégica las prácticas de responsabilidad social, generalmente se toman decisiones orientadas a satisfacer las necesidades de accionista y proveedores, desatendiendo a los otros grupos de interés, además, las estrategias competitivas no consideran los ámbitos laborales ni medioambientales, por tanto los beneficios son pocos ya que no se cumplen las prácticas de RSE, por lo que se considera necesario proponer estrategias competitivas para la responsabilidad social de las pequeñas y medianas empresas (PYMES) constructoras del municipio Lagunillas.

La investigación citada aportó distintos aspectos referidos a la Responsabilidad Social Empresarial específicamente como estrategia competitiva de las Pequeñas y Medianas Empresas, por lo cual se consideró para el diseño del instrumento de recolección de información.

Heredia, I. (2011), en su investigación "**Responsabilidad Social Empresarial, basado en el empleo del balance social, de un modelo usado en Banesco Institución Financiera en Venezuela";** Trabajo de Grado Presentado ante la Dirección de Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la

Universidad de Carabobo para Optar al Título de Magíster en Ciencias Contables; en la Universidad de Carabobo; La presente investigación, tiene por objetivo principal el tema de la responsabilidad social empresarial, basado en el empleo de un modelo de balance social usado en BANESCO institución financiera venezolana, por las características del diseño de investigación, este estudio se sustentó en una investigación de tipo no experimental, enmarcado dentro de la modalidad de proyecto factible, ya que persiguió elaborar una propuesta, que pudiese llevarse a la práctica por las entidades financieras, socialmente responsables, con un apoyo de investigación documental, basado en la revisión de importantes directrices en cuanto a la elaboración de informes sociales donde se comunican las actuaciones de las entidades que llevan a cabo la responsabilidad social empresarial, tales como el Global Reporting Intiative, la Escuela de Gerencia Social, entre otras normativas existentes; en lo que concierne al nivel, la investigación es descriptiva, y en lo que respecta al propósito, es aplicada. El diseño de investigación, se adapta a un diseño de investigación transversal ya que una vez elaborado el instrumento de recolección de datos y analizados sus resultados, se procedió a elaborar la propuesta, así mismo, nuestra población o unidades de análisis fueron las personas con competencias en la elaboración del balance social de BANESCO en su sede principal ubicada en Ciudad BANESCO Caracas, donde la muestra en el estudio fue errática por que el investigador seleccionó su unidad de análisis, basada en la muestra de cuatro (04) personas de la institución. Se usaron como técnicas e instrumentos para la recolección de la información el cuestionario y la investigación documental; para validar el instrumento se utilizaron dos métodos; a través del juicio de expertos el instrumento fue sometido a revisión de personas conocedoras de la materia y a través del contenido; porque los ítems de los instrumentos están en relación directa con los objetivos planteados en la investigación, con lo cuales, se pudo ofrecer una propuesta para la presentación del balance social en las instituciones financieras en Venezuela.

El trabajo de grado consultado se basó en la Responsabilidad Social Empresarial, basado en el empleo del balance social por lo cual sirvió de importante aporte ya que se tomaros aspectos para el desarrollo del marco teórico asi como el diseño metodológico.

Lucena, A. (2011), en su trabajo titulado, "**La Responsabilidad Social Corporativa como perspectiva en la Gestión Estratégica de Costos en las Instituciones Financieras de la Banca Universal en Venezuela**", para optar al grado de Magister Scientiarum en Contaduría Pública Mención Costos, Mención Finanzas, en la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado", En los últimos años, las organizaciones se han constituido en instituciones sociales importantes, pues lo que hagan o dejen de hacer afecta directa o indirectamente la vida de sus empleados, clientes y de la comunidad. La Responsabilidad Social Corporativa se evidencia como un Sistema de Gestión socialmente responsable, que enmarca el accionar de toda organización, desde su misión, visión y valores corporativos; con el objetivo de hacerlos prácticos en el día a día. Las entidades financieras tienen en consecuencia el reto de exponer su gestión responsable, pues ya no basta con ser transparentes en la gestión económica. El presente estudio tuvo como finalidad diagnosticar la Responsabilidad Social Corporativa, como perspectiva en la Gestion Estratégica de Costos en las Instituciones Financieras de la banca Universal de Estrato Grande en Venezuela, durante el I trimestre del año 2011. La población la conforman los cuatro (4) bancos de estrato grande de la Banca Universal inscritos en la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras (SUDEBAN). Se desarrolla una investigación cuantitativa, enfocada en un estudio de tipo exploratorio y descriptivo, con fundamento en la indagación bibliográfica. En términos generales, se evidencia la incorporación de los lineamientos que definen la Responsabilidad Social dentro de la Gestión Estratégica de Costos, puesto que las Instituciones Financieras estudiadas, consideran el compromiso y la Inversión Social desde la

misión de la organización hasta el formulación de planes y proyectos; lo que traduce iniciativas orientadas al medio ambiente y entorno laboral, que pueden reducir costos, y disminuir los gastos y la improductividad. Concluyendo que la Responsabilidad Social Corporativa se debe ejercer a través de la gestión eficiente con el propósito de encaminar a la organización a altos niveles de prosperidad, con base al desarrollo sostenible y el bienestar de la comunidad.

El aporte de esta investigación lo constituye la ejecución de la Responsabilidad Social desde una nueva forma de comprender y gerenciar a la empresa, considerando las relaciones comerciales con los proveedores como un aspecto de interés para el alcance de los beneficios de la organización, lo que traduce beneficios económicos a la empresa.

Colmenares, S. (2010), en su trabajo de grado titulado, "**La Responsabilidad Social Empresarial de las Empresas que prestan el Servicio de Administrar las Haciendas Cosechadoras de la caña de Azúcar en el Sector Chorobobo del Estado Lara, baja el Modelo del Balance Social para las Empresas Venezolanas, de la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS). (DIMENSION INTERNA)",** para optar al grado de Maestría en Gerencia Mención: Empresarial, en la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado",En el análisis de la responsabilidad social empresarial (RSE) de las empresas que prestan el servicio de administrar las haciendas cosechadoras de la caña de azúcar en el sector Chorobobo del Estado Lara, bajo el modelo del Balance Social para las empresas venezolanas, de la fundación escuela de gerencia social (FEGS) en su dimensión interna, tuvo como propósito evaluar la RSE en dichas empresas y así conocer un poco más sobre la RSE y el desarrollo que tiene la misma en el mercado empresarial. Esta investigación permitió diagnosticar las actividades realizadas por las empresas, Identificar los

componentes de la responsabilidad social empresarial, en función al modelo de balance social de la FEGS en su dimensión interna, para finalmente, inferir en dicho modelo con respecto a las actividades realizadas por las empresas que prestan el servicio de administrar las haciendas cosechadoras de la caña de azúcar en cuanto a su RSE, donde la metodología utilizada fue el diseño de investigación no experimental, esto debido a que se observaron las situaciones tal y como habían sucedido, en las que no influyo el investigador, también fue de campo debido que la obtención de los datos fueron tomados directamente de la realidad, por el propio investigador, además, con el apoyo bibliográfico y a un nivel descriptivo, ya que busco definir los rasgos considerables que presenta la RSE objeto de estudio. En cuanto a los resultados se obtuvo que los elementos analizados a través de un cuestionario estructurado en relación a la caracterización socio demográfica, las relaciones laborales, el desarrollo personal, la información y participación, los programas sociales internos y la salud laboral que desarrollan las empresas administradoras, se adapta a gran parte al modelo de Balance Social propuesto de FEGS de allí se recomienda ciertos lineamientos basados en los resultados obtenidos, donde cobra gran importancia la creación o reestructuración de algunas políticas internas. Con base al modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social FEGS, la cual propone un método adaptado a la realidad venezolana, las empresas administradoras de las haciendas cosechadoras de la caña de azúcar en el sector chorobobo, se adaptó en gran parte a los indicadores, comprobándose que estas empresas tienen conciencia de que todo lo que se desarrolla en materia de RSE repercute directa e indirectamente dentro y fuera de las mismas; lo que constituye un valor agregado a esta investigación por la evaluación de la dimensión interna y la manera que esta contribuye en la gestión de la empresa.

Pues bien, la investigación antes mencionada guarda relación con el presente proyecto, ya que ambas buscan establecer parámetros que contribuyan con la

Responsabilidad Social Empresarial de las Empresas, por lo cual se tomó basamento teórico y metodológico para el desarrollo de la investigación.

Finalmente, Guerrero, M. (2010), en su trabajo de grado titulado, "**La Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas de Licores Productoras de Cerveza de Venezuela",** para optar al grado de Magíster en Gerencia, Mención Finanzas, en la Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado", La investigación que se presenta tiene como finalidad analizar la responsabilidad social empresarial en las empresas de licores productoras de cerveza de Venezuela. Como objetivos específicos se tiene en primer término, describir las acciones que han ejecutado las empresas de licores de tipo productoras de cerveza de Venezuela como aporte a la responsabilidad social empresarial. En segundo término, elaborar un enfoque interpretativo-reflexivo de las empresas de tipo productoras de cerveza de Venezuela sobre responsabilidad social empresarial, triangulando la información recabada. Y por último, categorizar las acciones de inversión que pueden considerar dichas empresas, desde la óptica operativa. En la investigación se utilizó el método cualitativo, siendo la naturaleza del mismo de tipo documental, bibliográfica. Como técnica de recolección de datos, se utilizó la consulta en textos técnicos, fuentes electrónicas y revistas especializadas, así como la recopilación y clasificación de la información mediante fichas y el resumen. En base a ello, se elaboró el procesamiento de la información y el análisis relacionado con el problema. De esta manera se concluyó, que la responsabilidad social empresarial representa un ganar-ganar tanto para las empresas como para la sociedad. Por ello, las empresas cerveceras del país promueven el servicio social, incorporando programas y/o proyectos de esta índole, como un aporte a la responsabilidad social empresarial. También, dirigen acciones hacia el interior de las organizaciones y al exterior de las mismas. A este respecto, se recomienda preparar presupuestos que incorporen anualmente la inversión financiera en responsabilidad social empresarial, promocionando los programas y/o proyectos

sociales propuestos, así como gestionar alianzas estratégicas, para ejecutarlos. En esta investigación recomienda realizar un balance social, que mida el desempeño de la empresa, que a su vez contribuya a incorporar posturas éticas y transparentes, logrando el desarrollo de la eficiencia en las inversiones sociales, distinguiendo la imagen de la empresa en el mercado frente a los clientes, financistas y gobierno, ayudando a diagnosticar los desafíos asignados y compartir su desempeño con el de otras empresas. La investigación presenta aportes relevantes en cuanto a aprovechar los incentivos y descuentos fiscales dados por las leyes venezolanas, para cada una de las inversiones hechas o por ejecutar de los programas y/o proyectos en responsabilidad social empresarial; considera la responsabilidad social empresarial como un elemento importante en el área financiera de las organizaciones, debido a que desarrolla un sistema de indicadores que permitan rendir cuentas de gestión social, financiera y operacional; el impacto que genera en los presupuestos y planes de inversión a corto, mediano y largo plazo y

La investigación precedente guarda estrecha relación con el estudio ya que aportó aspectos relevantes en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas, y la solución de los problemas desde una perspectiva global, lo cual se usó de referencia para la propuesta, además estas mejoras favorecen el funcionamiento de las empresas y permite tomar decisiones frente a los distintos problemas que se pudiesen presentar en una organización.

## Bases Teóricas

Para la realización de este estudio se efectuó una revisión bibliográfica y documental de los aspectos más relevantes que contribuyen a desarrollar y lograr los

objetivos planteados. Opina Ramírez (2007:66) “implica la utilización de un conjunto de categorías y conceptos que coherentemente interconectados entre sí, tendrán por finalidad, desde una perspectiva determinada, explicar un aspecto de esa realidad que pretendemos conocer”.

Así se puede resumir, que las bases teóricas se refieren al sustento que ampara la investigación por medio de citas textuales de conocidos autores relacionados con la materia. Para dar la solidez teórica a la investigación a continuación se presentan las bases teóricas que la sustentan. Consideramos necesario iniciar el referencial teórico con una conceptualización de lo que es la Responsabilidad Social por ser éste el tema que da inicio a la presente investigación y las implicaciones que tiene éste, en cuanto al tratamiento de la información Financiera.

**La Responsabilidad Social Empresarial**

El carácter social de la actividad económica hace que la empresa esté comprometida con el bien común de la comunidad en la que desenvuelve sus actividades. Esta obligación, que no se agota con el mero cumplimiento de las leyes del Estado, convierte en moral que las empresas busquen su propio interés. Según Martínez (2005:31), “La responsabilidad social de la empresa es el compromiso que esta tiene de contribuir con el desarrollo, bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general. Es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones y decisiones que tomamos para lograr los objetivos y metas propias de nuestra organización”. Toda empresa tiene la responsabilidad de encontrar un enfoque para los problemas sociales

básicos que esté de acuerdo a su competencia, y que, ciertamente, convierta los problemas sociales en oportunidades para las empresas.

Por su parte, Fernández (2009:19), "La responsabilidad social de las empresas o empresarial (RSE) ha de ser entendida como una filosofía y una actitud que adopta la empresa hacia los negocios y que se refleja en la incorporación voluntaria en su gestión de las preocupaciones y expectativas de sus distintos grupos de interés (*stakeholders*), con una visión a largo plazo. Una empresa socialmente responsable busca el punto óptimo en cada momento entre la rentabilidad económica, la mejora del bienestar social de la comunidad y la preservación del medio ambiente".

No se debe confundir la RSE con acciones de patrocinio, mecenazgo, donaciones puntuales o estratégicas de una empresa tendentes a un lavado puntual de imagen o de mejora de su reputación corporativa. Tampoco puede asociarse al denominado marketing con causa, herramienta mediante la cual una empresa se compromete a colaborar con un proyecto social a cambio de beneficios de imagen y suponiendo una diferencia de marca. Estamos por lo tanto hablando de una muy eficiente herramienta de gestión aplicable a la actividad básica de la empresa, con vocación de permanencia y que precisa del comportamiento de la alta Dirección. Según Fernández (2009), Para conocer el grado de compromiso de una empresa con la RSE, se debe observar su evolución en cinco áreas:

- **Valores y Principios Éticos**. Se refiere a como una empresa integra un conjunto de principios en la toma de decisiones en sus procesos y objetivos estratégicos. Estos principios básicos se refieren a los ideales y creencias

que sirven como marco de referencia para la toma de decisiones organizacionales. Esto se conoce como "enfoque de los negocios basado en los valores" y se refleja en general en la Misión y Visión de la empresa, así como en sus Códigos de Ética y de Conducta.

- **Condiciones de Ambiente de Trabajo y Empleo**. Se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan a los empleados, tales como compensación y beneficios, carrera administrativa, capacitación, el ambiente en donde trabajan, un adecuado balance trabajo-tiempo libre, trabajo y familia, salud, seguridad laboral, etc.
- **Apoyo a la Comunidad**. Es el amplio rango de acciones que la empresa realiza para maximizar el impacto de sus contribuciones, ya sean en dinero, tiempo, productos, servicios, conocimientos u otros recursos que están dirigidas hacia las comunidades en las cuales opera. Incluye el apoyo al espíritu emprendedor apuntando a un mayor crecimiento económico de toda la sociedad.
- **Protección del Medio Ambiente**. Es el compromiso de la organización empresarial con el Medio Ambiente y el desarrollo sostenible. Abarca tema tales como la optimización de los recursos naturales, su preocupación por el manejo de los residuos, la capacitación y concientización de su personal.
- **Marketing Responsable**. Se refiere a una política que involucra un conjunto de decisiones de la empresa relacionadas fundamentalmente con sus consumidores y se vincula con la integridad del producto, las prácticas comerciales, los precios, la distribución, la divulgación de las características del producto, el marketing y la publicidad.

Cabe destacar que la RSE es una forma de gestionar la empresa que integra en el centro de la visión estratégica de esta, junto a los objetivos comerciales o

competitivos, los aspectos sociales y medioambientales y en la que cobra una especial relevancia la gestión excelente de los activos intangibles como el capital intelectual, la reputación, la transparencia… Modelo que, a la fecha es adoptado por la empresa de manera voluntaria y estructurando sus políticas en función de las necesidades y demandas concretas de su entorno más próximo o lo que es lo mismo, sus grupos de interés.

**De la filantropía caritativa al concepto moderno de responsabilidad social**

La responsabilidad social constituye una nueva visión empresarial que supera aquellas acciones filantrópicas que inspiradas en un sentido caritativo movían a la empresa a realizar donaciones esporádicas. El concepto moderno de responsabilidad social se enmarca en un proceso de toma de conciencia de:

1.-La eliminación de las distancias entre la acción social del Estado y la de las empresas, debido a la evidente insuficiencia del Estado para resolver los urgentes problemas sociales actuales.

2.-La nueva conciencia empresarial de la necesidad de ir más allá del cumplimiento de sus deberes laborales, para involucrarse en un compromiso ético con una multiplicidad de actores, contribuyendo a la solución de diversos problemas sociales, tanto en el ámbito interno de la empresa como en el de su entorno comunitario y social.

3.-La necesidad de incorporar mejoras en materia de beneficios sociales para los trabajadores, producto de las negociaciones colectivas.

4.-La importancia de responder a las expectativas que sobre ella tiene la sociedad otorgando una nueva legitimidad a la acción empresarial.

**Medir la RSE**

La comunicación no financiera por parte de las empresas se ha desarrollado durante los últimos años y ha llegado a convertirse casi en un requisito obligatorio. Del mismo modo que la gestión en una empresa debe ser medida, también la gestión de la RSE puede y debe ser evaluada. La medición es una tarea fundamental para conocer el grado de cumplimiento de los objetivos empresariales. Gestionar sin medir supone gestionar sin ningún tipo de criterio para determinar si se están alcanzando o no los objetivos.

El hecho de medir, guía y asegura que la mejora vaya hacia un objetivo determinado, lo que implica definir y concretar los objetivos de la empresa mediante valores ponderables, es decir, mediante indicadores. Un sistema de indicadores es un conjunto de valores diseñados para medir ciertas variables específicas, para así poder comprobar que una empresa llega a las metas señaladas en su estrategia. Los indicadores tienen que ser procesados e interpretados para poder evaluar la gestión y el desempeño en la empresa. La medición aporta comprensión sobre las causas y sobre el impacto de los resultados, así como la mejora del desempeño en la empresa.

Por un lado, los indicadores son útiles para la toma de decisiones en la empresa, y por otro, sirven para comunicar los resultados a los grupos de interés. Hoy en día, el modo más utilizado para la comunicación de la información no financiera es la publicación de memorias de RSE. Esta comunicación externa proporciona transparencia a la actuación de la empresa. Los aspectos no financieros y la transparencia parecen percibirse como factores de competitividad y creación de valor, herramientas de excelencia en la gestión y factores diferenciadores. La crisis actual ha intensificado las exigencias de que las empresas informen sobre sus impactos no financieros, porque la falta de transparencia ha deteriorado su credibilidad ante los grupos de interés.

Comunicar esta información facilita a los grupos de interés la comprensión sobre si los gerentes están creando relaciones y activos valiosos a largo plazo. Además, estas medidas pueden ayudar a clientes, comunidades, reguladores y empleados en potencia a evaluar los resultados sociales de la empresa. Los clientes exigen información sobre el origen de los productos, quién los fabrica y qué contienen. Los empleados y futuros posibles trabajadores quieren saber que la empresa asume sus responsabilidades hacia la sociedad y el medio ambiente. Los gobiernos y la sociedad requieren que las empresas informen sobre sus resultados, tanto sociales como ambientales.

Uno de los grupos de interés que solicita cada vez más información y medición de la RSE son los inversores. Éstos han empezado a aplicar criterios sociales y ambientales en sus decisiones, por la supuesta relación entre el grado de responsabilidad de una empresa y su competitividad, por el crecimiento de la financiación ética o socialmente responsable, y por las regulaciones y acuerdos nacionales e internacionales que exigen un comportamiento más responsable del

sector privado. Estas exigencias no tratan sólo de que las empresas informen, sino de qué informan, cómo lo hacen y cómo se puede asegurar que las compañías cumplan con la responsabilidad que proclaman.

La comunicación de los indicadores puede realizarse según criterios desarrollados por la propia empresa o según normas establecidas. Una norma proporciona un marco elaborado como base para estructurar la comunicación de los indicadores de una manera eficaz. Si una empresa trabaja con sus propios criterios, en vez de con una norma establecida, debe explicar cómo se han identificado y medido los indicadores, mientras que si, por el contrario, utiliza una norma, esta información ya está incluida en la misma.

**Indicadores**

Los indicadores no financieros tienen que poder medir los impactos de las actividades de la empresa en la sociedad y en el medio ambiente. Para lograr estas mediciones se han desarrollado indicadores cualitativos y cuantitativos, que son no financieros, o en otras palabras, indicadores del triple resultado, económico, social y ambiental.

El hecho de definir y medir los indicadores puede ser relativamente sencillo, como en el caso del consumo de agua. Pero puede ser también muy difícil, como por ejemplo cuando se intenta medir el impacto de la empresa en la biodiversidad local. Por eso, los indicadores deben cumplir tres requisitos para lograr su objetivo: ser fiables, comparables y tener validez.

## Fiabilidad

Una medida es fiable si ofrece la misma respuesta cuando se aplica más de una vez. No obstante, al considerar medidas no financieras, esto puede ser difícil de lograr. Un método aplicado a menudo para medidas no financieras son las encuestas, cuyas respuestas pueden variar mucho, por ejemplo, si se completan en diferentes momentos y por diferentes personas.

## Comparabilidad

Relacionada con la fiabilidad se encuentra la comparabilidad de un indicador. Para que un indicador sea comparable, debe poder compararse a través del tiempo y entre distintas empresas a su vez, ofreciendo siempre un resultado homogéneo. Este requisito permite, por ejemplo, establecer un ranking de empresas o evaluar el desempeño de una empresa, y también identificar asuntos clave de la RSE.

## Validez

Otro elemento fundamental es la validez de un indicador. La validez se cumple cuando éste mide aquello para lo que ha sido proyectado. Una medida que no mide lo que es socialmente y ambientalmente importante puede tener un efecto opuesto al deseado, esto es, puede disminuir el resultado social o ambiental. La validez de un indicador depende además del contexto en el que se aplica. Por ejemplo, los indicadores del consumo de agua a menudo sólo informan en términos de metros

cúbicos de agua usada. Sin embargo, no es lo mismo el uso de agua en regiones donde el agua es abundante que en aquellas regiones donde el agua es escasa. Respecto al tema de RSE, la validez se refiere a si un indicador identifica y mide resultados que son importantes para los grupos de interés. Sin embargo, no se trata de prestar atención a un cierto impacto ambiental sólo porque sea importante para los grupos de interés, sino que hay que valorar igualmente aquellos impactos no tan conocidos

El concepto de validez en sí depende, en gran parte, de los valores de los grupos de interés, pero también de los valores de la sociedad y los percibidos en los medios de comunicación acerca de la cuestión tratada. Son los grupos de interés afectados, o los que puedan afectar al proceder de la empresa, y, además, son ellos quienes serán los lectores e intérpretes de los indicadores. Para los grupos de interés, los indicadores pueden proporcionar información útil en su toma de decisiones. El hecho de medir puede ayudar a los directivos y a otras partes interesadas a asegurar que los directivos estén trabajando según los objetivos establecidos. En este sentido, los indicadores no financieros pueden ayudar a crear relaciones y activos de largo plazo, y promover así valor para los accionistas a largo plazo. Para los clientes, las comunidades, los reguladores y los empleados, estos indicadores ayudan a valorar los resultados sociales y ambientales de la organización.

**El uso de los indicadores**

Los indicadores constituyen una herramienta para medir impactos y para concretar resultados, pero también para realizar feedbacky revisión. El uso de indicadores forma parte de un sistema de control que incluye también un sistema de

evaluación y medición de los resultados. De ahí la importancia de que los indicadores se utilizan continuamente a lo largo del ciclo de vida de la empresa. De esta manera, ayudan a medir el progreso de una empresa hacia sus objetivos y, en consecuencia, la dirección puede saber que se está ejecutando su estrategia y corregir aquellas áreas y/o procesos que no cumplan con las expectativas. Asimismo, el sistema debe proporcionar un método que establezca las remuneraciones o incentivos de las personas afectadas.

**Indicadores de RSE**

La Iniciativa del Reporte Global (GRI) fue creada en 1997 por Coalition Environmentally Responsible Economies y el programa de medio ambiente de Naciones Unidas. En el año 2000, el GRI logra crear su primer instrumento para facilitar y habituar a las organizaciones a realizar reportes de sustentabilidad que puedan ser comparables y cuantificables como los reportes financieros. Este informe fue actualizado en el año 2002, sobre la base de la experiencia de las corporaciones que lo han utilizado y de la opinión de los distintos stakeholders involucrados.

En marzo del 2006, finalizó su segunda revisión que dio lugar a la tercera versión del instrumento de evaluación, medición y reporte, denominado G3, a través del cual el GRI procuró simplificarlo para facilitar su uso. En América Latina el Instituto Ethos de Brasil representa una de las instituciones más destacadas en la temática y con mayor influencia en la región. Su creación, en 1998, se produjo por la iniciativa de un grupo de empresas de diferentes tamaños con el objeto de movilizar, sensibilizar y ayudar a las corporaciones a dirigir sus negocios en forma socialmente

responsable para así colaborar con la formación de una sociedad sustentable y más justa.

El instituto desarrolla su actuación a través de cinco líneas básicas con las que se propone: ampliar el movimiento de RSE, profundizar en las prácticas a través de indicadores que incluyan versiones para pequeñas y medianas empresas, además de distintos sectores de la economía, influir en el mercado y sobre los principales actores para crear un ambiente favorable a la RSE, articular la RSE con políticas públicas, producir información y evaluar anualmente el estado de la RSE en Brasil. Entre sus diversas propuestas, resaltan los indicadores creados para el diagnóstico y la evaluación del comportamiento corporativo, los que se basan en ocho dimensiones:

Valores.
Transparencia y gobernabilidad corporativa.
Público interno.
Medio ambiente.
Proveedores.
Consumidores y clientes.
Comunidad.
Gobierno y sociedad.

**El Entorno de la Empresa**

Por su parte, Caldas (2009:29), Se puede definir el entorno de la empresa como el conjunto de los hechos y factores externos a la empresa, relevantes para ella, con los que interacciona y sobre los que puede influir, pero no controlar, y que se

concretan en un conjunto de normas y relaciones establecidas que condicionan su actividad". Dado el grado de interrelación que existe entre la empresa y el entorno, esta debe tener una actitud de análisis permanente del entorno para identificar a tiempo las repercusiones que tiene en ella.

En este sentido Fernández (2009:27), comenta que es muy poco probable que una empresa asuma una política de responsabilidad social si esta se convierte en un gasto que va en contra de sus intereses y estados financieros. En el lenguaje empresarial todo se mide en costes de inversión y en la recuperación de la misma. Solo cuando empresarios y directivos adquieran conciencia de que la Responsabilidad Social es una inversión que produce retornos financieros positivos, asumirán un liderazgo positivo en el tema. La RSE es una actividad estratégica competitiva que tiene la convicción de que las empresas tienen una responsabilidad no solo ante los accionistas (*shareholders*) sino también ante la sociedad en su conjunto (proveedores, la comunidad, las ONG, inversionistas….), llamados en conjunto stakeholders.

No podemos olvidar que una empresa existe para producir, además de beneficios, mercancía o servicios que la sociedad desea y necesita y ello en un clima de estabilidad y confianza. El cumplimiento de este objetivo es su primera y principal responsabilidad. Si fracasa en esa misión, no pueden esperarse que asuma otras. Estos beneficios podrán ser reinvertidos en la empresa para asegurar su crecimiento y seguir generando riqueza, y se coinvertirán en manos de sus receptores, junto a los salarios percibidos por sus colaboradores, en fuente de consumo.

Además de aportar ingresos a la Administracion para contribuir al desarrollo económico del municipio, región o país, socializándose así la riqueza generada. Sin duda, las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial mejoran la competitividad global a través de la disminución de costes y generación de valor asociado a la optimización de la calidad de los productos y servicios así como por la mejora del medioambiente y de la calidad de vida de la sociedad.

**El concepto de responsabilidad social en Venezuela, sus antecedentes**

Desde el siglo XIX, muchos empresarios venezolanos han dejado rastros históricos de importantes contribuciones sociales, como lo fue, sin duda, la de aquellos miembros de la Cámara de Comercio agrupados en la Junta de Salubridad Pública, que en ocasiones hacía las veces del aún inexistente Ministerio de Salud (FEGS/VENAMCHAM: 2000:19-30). Sin embargo, se trataba más de una práctica espontánea y caritativa, que del ejercicio sistemático de la responsabilidad social. A partir de los años 40, como consecuencia de los recursos fiscales de la explotación petrolera y de la doctrina del Estado Benefactor, se replantea el papel de la empresa privada (FEGS/VENAMCHAM: 2000:21-22), y una nueva generación de empresarios comenzó a comprender que los problemas sociales eran también de la incumbencia de la empresa, acercándose a lo que hoy podemos considerar como el ejercicio de un sentido inequívoco de responsabilidad social.

Sin embargo, la primera declaración explícita de responsabilidad social en Venezuela emana del Dividendo Voluntario para la Comunidad en 1965, con motivo del Primer Congreso Venezolano de Ejecutivos celebrado en Macuto. Esta declaración llama la atención por la actualidad de sus ideas; en ella se sostiene que

son fines superiores de la empresa servir a la sociedad y contribuir con obligaciones y responsabilidades sociales que beneficien su capital, sus empleados y obreros, pero también dedique parte de sus beneficios a elevar y mejorar el nivel de comunidades urbanas y rurales de menores recursos… (FEGS/VENAMCHAM: 2000:15-16).

En la década de los 90, en el VI Congreso Venezolano de Ejecutivos sobre la Gerencia de los 90, se la consideró como la gran estrategia gerencial en América Latina, cuyo concepto debía ser renovado y ampliado. No obstante, y de acuerdo al estudio ya citado, los propios empresarios encuestados sienten la necesidad de evaluar el destino y el impacto de la inversión social de manera que dicha inversión sea expresión de un proceso de planificación y se desarrollen programas que sean producto de metodologías modernas (FEGS/VENAMCHAM, 2000: 97). De allí la importancia de superar las prácticas anteriores e iniciar la construcción de una cultura empresarial del Balance Social.

**Del Balance Social Empresarial**

Para fortalecer la gestión de la RSE y dándole un nuevo enfoque a la Contabilidad, Carneiro Manuel (2004:91) constituye el Balance Social como

> Un instrumento de análisis y gestión interna, que pretende una calificación neutra. Para ello han de sistematizarse los objetivos de la empresa a fin de permitir su detección, análisis y conversión conceptual para la toma de decisiones. Se persigue, por ello, una serie de valores a analizar, los valores que se colocan respondiendo al orden de aparición en la historia de la sociedad. En general, responden a la detección de nueve grandes áreas de necesidad, donde en primer lugar, estará la necesidad de salud, apareciendo posteriormente la de acopio de bienes materiales; a

> continuación, el individuo siente las necesidades de seguridad, las de dominio y conocimiento del medio físico, después las de libertad y justicia como racionalizaciones inevitables a partir de la eliminación de las necesidades más básicas. Finalmente aparecen las concernientes al prestigio, conservación de la naturaleza, y sobre todo la cuantificación de la calidad de las actividades.

El Balance Social como tal, permite la interpretación sistematizada de las necesidades del conjunto de actores que tienen protagonismo en la empresa, desde el campo de la contabilidad, por el mimetismo que con el Balance económico tiene, parece útil en cuanto a las posibilidades de adopción practica de iniciativas por parte de la empresa, dado que permite la cuantificación y el análisis de las repercusiones en la toma de decisiones sociales organizativas.

Por ser paralelo al informe económico y financiero, el balance social puede ser un instrumento no solo de gestión, sino también puede servir para constituir un verdadero "plan social" a medio o largo plazo, sobre base más rigurosas, mas científicas. De esta manera, existe un método experimental que permite dar cuenta de la acción social de la empresa, de medir su alcance y valor, al tiempo que también sirve de guía para el posible establecimiento de un programa de acción, de carácter global.

Este método, expresable a través de un documento contable, permite analizar el sistema de valores, el espíritu de la ejecución, las estructuras y los comportamientos de la organización, todo ello desde un sustrato de valoración económica. Según Caldas (2009:36) "define al balance social o informe de sostenibilidad como un instrumento de gestión para planificar, organizar dirigir, registrar, controlar y evaluar,

en términos cuantitativos y cualitativos, la gestión de la RSE en una empresa, en un periodo determinado y frente a metas preestablecidas".

En la actualidad, uno de los principales retos que presenta la elaboración del balance social es la inexistencia de un modelo estandarizado. El modelo internacional más reconocido es el instituto ETHOS, basado en el modelo GRI (Global Reporting Initiative). A pesar de la existencia de modelos, muchas empresas prefieren crear formatos propios, y otras adoptan mezclas de diferentes modelos en busca de mayor transparencia y calidad.

La responsabilidad social corporativa, en su acepción amplia, abarca las relaciones de la empresa con todos sus interlocutores sociales: accionistas, trabajadores, proveedores, clientes y comunidad, así como con el medio ambiente. Como señaló Daniel Gertsacov en el "Simposio de Responsabilidad Social Empresarial en las Américas", organizado por PDVSA, VenAmCham y Arpel, en junio de 2001, la responsabilidad social implica ser eficiente, cumplir con la ley, ser ético e integrar proactivamente a sus "stakeholders" (Daniel Gertsacov, 2001. En PDVSA y FONCIED: 2001).El balance social surge como la herramienta que permite medir el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial en dos ámbitos, que en el Modelo propuesto por la FEGS se definen como la dimensión interna y la dimensión externa.

La *dimensión interna* se centra en la relación de la empresa con sus trabajadores. Se evalúan aspectos relativos a la caracterización sociodemográfica de la fuerza de trabajo, las condiciones laborales y de organización y representación del personal, los programas de salud ocupacional, los programas o servicios sociales para

los trabajadores y sus familiares, las acciones orientadas al desarrollo del personal y su integración y participación dentro de la empresa.

En la *dimensión externa* se evalúan las relaciones con el entorno, al considerarse aspectos referentes a la calidad de los servicios y productos generados, las relaciones interinstitucionales, las acciones en beneficio de la comunidad y los efectos de la actuación de la empresa en el medio ambiente.

En síntesis, el balance social le permite a la empresa evaluar el alcance de sus objetivos sociales, información que sirve de complemento a la presentación de los resultados alcanzados en materia financiera.

**Los objetivos del Balance Social**

El Balance Social constituye una metodología construida con el propósito de:

- Conocer de manera sistemática las acciones de responsabilidad social de la empresa.
- Medir cuantitativa y cualitativamente su actuación.
- Evaluar permanente y sistemáticamente su acción.
- Identificar aquellos programas de mayor utilidad para la comunidad y la sociedad que han de favorecer el desarrollo de una acción social más efectiva.
- Corregir su desempeño y planificar nuevas metas de responsabilidad social.
- Informar a diversas audiencias sobre el desempeño social de la empresa.

**Información Financiera**

Según Granados (2002:12). La información financiera es aquella que, a través de los estados financieros básicos, muestra la situación financiera de una entidad. Una presentación adecuada de la entidad consta del balance general, el estado de resultados y el estado de cambios en la situación financiera. La información financiera sirve para la toma de decisiones a los diferentes usuarios, entre los cuales se encuentran administradores, accionistas, trabajadores, gobierno, inversionistas, acreedores, etcétera

En tal sentido entiéndase por información financiera, la comunicación de sucesos relacionados con la obtención y aplicación de recursos materiales, compuestos de datos suministrados por el registro contable realizados por los usuarios. Los estados financieros, también denominados estados contables, informes financieros o cuentas anuales, son informes que utilizan las instituciones para informar de la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado. La mayoría de estos informes constituyen el producto final de la contabilidad y son elaborados de acuerdo a principios de contabilidad generalmente aceptados, normas contables o normas de información financiera.

Según Solorio (2012:13) Se desprende que la contabilidad es el proceso inicial para producir información financiera que sirva para la toma de decisiones. La base es que todo evento económico identificable y cuantificable debe captarse a través de un sistema de control interno para después medirla en términos monetarios y clasificarla como activo, pasivo, capital, ingresos, costos o gastos, registrarla en los libros de

contabilidad y resumirla con claridad en la información financiera. Según Mallo (2008:46) El propósito de la información financiera, su evolución en las últimas décadas, puede convencionalmente, encuadrarse en tres etapas:

a) En una primera etapa, que transcurre entre la década de 1970 hasta la de 1900, se asumía que ésta constituida una información dirigida a una amplia gama de usuarios, pero en la práctica, era una información esencialmente útil para las autoridades fiscales, según se desprende del enfoque atribuido a los criterios contables del Plan General de Contabilidad de 1973. Las normas contables se encontraban esencialmente orientadas a la valoración de las masas patrimoniales que ofrecía el balance, y la presentación de los resultados económicos periódicos se postergaban a un segundo plano, primando el cálculo de los beneficios o las pérdidas fiscales. Ello era esencialmente debido a que: Las entidades financieras y las instituciones públicas representaban una importante fuente de financiación en la creación de empresas, y el papel del Estado era fundamental a la hora de regular normas que influían en las decisiones empresariales.
b) En una segunda etapa, a partir de la década de 1990, la información financiera experimento cambio de importancia a raíz de la adaptación de la legislación contable española a la normativa comunitaria, en un intento de proporcionar una imagen fiel de la situación patrimonial y de los resultados de la actividad de las empresas. Desde entonces, en base a la promulgación de un amplia normativa contable de diverso rango adaptada a las directrices europeas (en las que se basó el Plan General de Contabilidad de 1990), la información financiera se dirigió a una amplia gama de usuarios, pretendiendo ofrecer una valoración de las masas patrimoniales y de los resultados económicos de las empresas más útil, expresada en términos de relevancia y fiabilidad, que en épocas pasadas. No obstante, la experiencia ha demostrado que la información

basada en los criterios contables que prevalecieron en esta época no ha resultado tan relevante como se esperaba, especialmente en lo que concierne a su comparabilidad, y no ha cumplido necesariamente con las expectativas creadas.

c) En la década actual, la información financiera ha experimentado de nuevo cambios significativos, en un intento de cubrir las expectativas demandadas por una amplia gama de usuarios que desarrollan sus actividades en mercados financieros cada vez más globalizados en el contexto internacional. Ello ha implicado la aparición de una tercera etapa, la cual es objeto de estudio en esta publicación. Así pues, este enfoque se encuentra basado en el análisis y en la aplicación de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC/NIIF) y su implantación en la normativa local, lo cual constituye el núcleo de los campos pretendidos en el seno de la Contabilidad Financiera actual. En dicho contexto, cabe afirmar que el objetivo final de la información financiera derivada de la tercera etapa ofrece novedades que no se contemplaban en las etapas anteriores, tales como: Ha de ofrecer un conjunto de datos de que sean relevantes para la toma de decisiones, lo cual implica que permitan al usuario evaluar y realizar predicciones de rentabilidades futuras de la entidad analizada, de la evolución de sus flujos de caja y de su capacidad de endeudamiento, y ; Ha de proporcionar una información suficiente que permita valorar la estrategia de sus negocios, su filosofía para afrontar los riesgos, así como obtener conclusiones sobre los resultados de las políticas implantadas.

En este sentido, para abordar los nuevos requerimientos contables con un nivel aceptable de fiabilidad, las entidades que publican la información financiera han de

incorporar en su organización aquellos controles necesarios que permitan facilitar tal cometido, así como implantar una serie de procedimientos que faciliten la obtención de los datos relevantes para la elaboración de tal información

**Objetivos de la Información Financiera**

Según Mallo (2008:50) Como se ha indicado, precisar cuál es el objetivo fundamental de la información financiera requiere identificar quienes han a ser sus usuarios y cuáles son sus necesidades o expectativas. En términos generales, el marco conceptual elaborado por el IASB como base para la preparación de las Normas Internacionales de Contabilidad (NIC/NIIF), identifica a los usuarios dentro de una amplia gama de individuos interesados en la información financiera, que poseen unos conocimientos básicos en tema de economía y finanzas y, generalmente, no tienen acceso a otra información contable de una entidad que la publica institucionalmente en forma de estados financieros o de informes de gestión hechos públicos por la normativa en vigor.

Los objetivos de la información financiera deben ser coherentes con las características del entorno y, a su vez, con las necesidades de los usuarios. Así, dichos objetivos se encuadran en el contexto de una económica de mercado, en el que realiza su actividad la entidad que divulga la información financiera, lo cual implica la propiedad privada de los medios de producción y la toma de múltiples decisiones empresariales diversificadas en una actividad económica realizada en un ambiente de incertidumbre. Los usuarios pueden ser agrupados, convencionalmente, del siguiente modo:

- Inversores. Se encuentran representados por los propietarios de la entidad que publica la información financiera (en el caso de Sociedades Anónimas, accionistas), bien actuales o bien inversores potenciales que tomaran la decisión de invertir en función del análisis de dicha información.
- Empleados. Representa el grupo de asalariados y sus representantes sindicales, que necesitan obtener información de la entidad en la que trabajan, con el fin de negociar salarios y convenios colectivos, o de evaluar la situación futura de sus empleos.
- Prestamistas. Representan a las instituciones financieras o individuos que se encuentran en posición de prestar dinero a la entidad analizada en función del resultado del estudio de su información financiera.
- Clientes, proveedores y el público en general. Representa a un amplio abanico de usuarios que requieren analizar la información financiera de la entidad con el fin de decidir comenzar o continuar sus relaciones comerciales, o en líneas generales, para estudiar el efecto social de la actividad de una entidad en el conjunto de individuos, tales como en temas medioambientales, de investigación y desarrollo, etc.
- Gobierno e instituciones públicas. El Gobierno necesita información financiera de las entidades con el fin de confeccionar datos macroeconómicos y sectoriales, elaborar estadísticas y tomar decisiones que afectan a la economía de las empresas.

Una vez identificados quienes son los usuarios de la información financiera se observa un universo variado de individuos cuyas características y nivel de conocimientos no resultan necesariamente homogéneos. Pues bien, el paso siguiente en un itinerario lógico, siguiendo un proceso deductivo consiste en definir cuáles son las necesidades de los usuarios de la información financiera, lo que conlleva la identificación de un objetivo claramente precisado.

El objetivo esencial de la información financiera, difundido por el IASB como apoyo de sus Normas Internacionales de Contabilidad, se encuentra en línea con el

defendido en las últimas décadas por los países más avanzados en materia contable, y éste consiste en proporcionar una información que constituya una herramienta útil para los usuarios en su proceso de toma de decisiones.

**Contabilidad de Gestión**

De la fuente (2006:159). Comenta que la contabilidad de Gestión facilita información para fines de planificación y control, debe tener en cuenta e interpretar las tendencias y limitaciones legales, sociales y ambientales, así como utilizar métodos cuantitativos tanto para la predicción como para la interpretación de los datos utilizados. En este sentido la contabilidad de gestión constituye una técnica interdisciplinaria. En definitiva, la contabilidad de gestión indicará a la dirección de la empresa las consecuencias de la realización de una determinada actividad, así como las de su no realización; es uso combinado de la información contable deduciendo diversas conclusiones que puedan ser de utilidad para la organización. Hace uso de los datos de la contabilidad dentro de la organización, orienta sus aplicaciones hacia aquellos sujetos que tienen poder de decisión sobre la actividad de la empresa, mejora el procedimiento de toma de decisiones mediante el uso de los datos contables.

Así pues, los instrumentos de información de contabilidad de gestión como sistemas de control han ido adquiriendo más relevancia en las organizaciones, entre otras razones, a causa de la necesidad cada vez más creciente de planificar y gestionar ante los nuevos entornos que cada vez son más inciertos. Su misión consiste en hacer comprensible un análisis en términos económicos del montante de los costes totales

relacionados a los ingresos del ejercicio haciendo uso de las variables externas e internas de la empresa.

## La contabilidad como sistema de Información

Según Mata (2008:2). En las economías desarrolladas cada día son mayores las necesidades de información que precisan los agentes económicos para la toma de decisiones. Una característica de las empresas modernas es la separación entre la propiedad y la dirección y gestión de la misma que es confiada normalmente a profesionales curtidos en la experiencia, ello exige una buena dosis de transparencia acerca de la gestión realizada con el fin de poder observar la evolución llevada a cabo por la entidad.

La contabilidad se configura como un sistema de información económica para que los usuarios de la misma puedan adoptar sus decisiones. La contabilidad para que sea útil a los diferentes usuarios debe ser objetiva, es decir, ha de ser elaborada a través del cumplimiento de una serie de principios y normas de aceptación generalizada. La garantía de que se haya respetado la objetividad la prestan los auditores de cuentas que son profesionales independientes especializados en la revisión de la información suministrada por la empresa.

## Usuarios de la Información Contable

Son múltiples las personas interesadas en la información suministrada por la contabilidad. Entre los usuarios de la misma podemos mencionar los siguientes:

- Los responsables directos de la gestión de la empresa serna los primeros interesados en conocer la evolución empresarial para adoptar las decisiones que considere oportunas.
- Los accionistas, socios o propietarios de la empresa estarán interesados en conocer la evolución de sus inversiones y, en el caso de separación entre la propiedad y la gestión empresarial, los accionistas tienen en la contabilidad un instrumento útil para controlar la gestión llevada a cabo por los órganos gestores.
- Los Trabajadores y las organizaciones sindicales, con el fin de conocer si peligran o no los puestos de trabajo y tener argumentos a la hora de negociar las subidas salariales.
- Las instituciones financieras, para determinar el riesgo que contraen en la concesión de sus créditos.
- Los clientes, con el fin de observar si van a poder o no continuar con los suministros.
- Los proveedores, para establecer las condiciones de pago en los suministros que realizan.
- Los competidores estarán interesados en conocer la marcha de una empresa para compararla con la gestión que ellos realizan.
- La hacienda pública, con el objeto de gravar los impuestos correspondientes a las empresas.
- Diversos organismos de la administración pública (I.N.E., Banco de España, Ministerio de Economía, de Industria, etc.), con el fin de elaborar los distintos agregados económicos y realizar los estudios correspondientes.
- El gobierno, para orientar las políticas económicas.
- Los consumidores.

**La contabilidad de Gestión**

Según Mata (2008:3). La contabilidad de Gestión se basa, principalmente en análisis de los datos del proceso productivo que tiene lugar en el seno de la entidad. Por lo tanto, esa información va a servir de apoyo a los responsables de la empresa, quienes tienen que tomar decisiones casi de forma continuada. La elaboración de esta

información no está sujeta a legislación mercantil como sucede con la Contabilidad Financiera.

## Contabilidad de Gestión

Según Prieto Moreno (2005:17) La necesidad de adaptar la información contable al cambiante entorno, en el que desarrollan sus actividades las empresas, hace que la contabilidad de costes evolucione hacia formas más capaces de satisfacer las necesidades actuales y amplié su ámbito surgiendo así la Contabilidad de Gestión. Se puede afirmar que la contabilidad de gestión es la consecuencia de la evolución, tanto cualitativa como cuantitativa, de la contabilidad de costes. La contabilidad de costes constituye la parte troncal o más sustantiva de la contabilidad de gestión, viniendo está a suponer un enriquecimiento y una ampliación de aquella, de carácter extensivo, en primer lugar, ya que se ha ampliado su campo de actuación y por lo tanto las aplicaciones o aspectos de la gestión empresarial sobre, los que se proyecta; también ha experimentado un ampliación, en cualquier caso, de carácter intensivo, ya que las actuales técnicas, modelos e instrumentos de apoyo son sensiblemente mejores y más avanzados, habiéndose ampliado así, de forma sustancial, los objetivos y posibilidades de la contabilidad de costes convencional.

## El marco de la contabilidad de gestión

Según Pérez (2008:45) El control de gestión es un concepto amplio que permite definir un estilo de dirección basado en la gestión activa de la empresa en su entorno, en la definición y asignación de objetivos, así como en la participación y responsabilización coordinadas del conjunto de la organización. Para ello, utiliza una

serie de técnicas y procedimientos entre los que se incluye la información suministrada por los sistemas contables.

La contabilidad es el proceso de identificar, medir, registrar y comunicar información monetaria fiable, relevante y oportuna para la toma de decisiones de planificación, gestión y control, y al mínimo coste compatible con las exigencias de información. La contabilidad financiera informa sobre las transacciones de la empresa con el exterior, en tanto que la contabilidad de gestión se ocupa de los resultados de sus operaciones internas. El concepto de contabilidad de gestión es más amplio que el de contabilidad de costes, pues ésta se limita al cálculo de costes de los productos y de los centros de actividad de la empresa.

Los sistemas de contabilidad de gestión son aplicables a todo tipo de empresa u organización que fabrique productos u ofrezca servicios, con independencia de lo que haga con el objetivo principal de obtener beneficios o no. La información que genera la contabilidad de gestión se orienta, principalmente, a cubrir las necesidades para la toma de decisiones y a medir la eficiencia en la utilización de los recursos económicos-financieros de la empresa. En concreto, la contabilidad de gestión genera información para:

- Determinar el coste y los márgenes de los productos (o servicios) fabricados y el rendimiento de las unidades organizativas de la empresa.
- Valorar los inventarios como paso obligado para calcular el resultado del periodo.

- Tomar decisiones sobre asignación de recursos y políticas a aplicar.
- Proporcionar información relevante para el control de los resultados de las actividades y de la gestión de sus responsables.

La información que genera la contabilidad de gestión depende de los criterios que se formulen para obtenerla. En este sentido, el grado de detalles y la exactitud de la misma debe ser el requerido por la Dirección para la toma de sus decisiones. Además, la información de la contabilidad de gestión ha de ser lo suficientemente flexible para proporcionar información específica para la toma de decisiones concretas. Cuando se habla de costes del producto, por ejemplo, se pueden precisar contenidos muy diferentes según la naturaleza de la decisión a tomar.

Por otro lado, la contabilidad de gestión se oriente a la toma de decisiones, los responsables de adoptarlas deben participar en su diseño y operación. Hay que evitar que la contabilidad de gestión se diseñe, en exclusiva, por el área contable, sin la participación de aquellos que han de utilizar, en el día a día, la información que suministra. De lo contrario, difícilmente podrá satisfacer las demandas de quienes, por ocupar puestos de responsabilidad gerencial más próximos a la realidad de las operaciones y del mercado, son capaces de discernir mejor la información que se precisa.

Esto tampoco implica que los responsables de la contabilidad de gestión deban ceder a todas las exigencias de los usuarios, ni han de vulnerarse criterios profesionales en su diseño ni buscar nivel de detalle, con frecuencia apetecido por los gestores operativos, que complique y encarezca el sistema sin justificación razonable.

La contabilidad de gestión ha de ofrecer información relevante, no manipulada por conflictos de intereses, y ha de excluir información pormenorizada, solo útil para decisiones esporádicas y puntuales, más propia de ser obtenida a partir de estudios específicos.

## Social Accountability International (SAI)

Social Accountability International (SAI) es una organización independiente, no gubernamental y sin fines de lucro que promueve los derechos humanos de los trabajadores por medio de la ejecución de su Norma SA 8000. Por su parte la **Norma SA8000** se basa en los principios de los convenios de la OIT, la Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas y la Declaración Universal de Derechos Humanos.

## Propósito y Ámbito de Aplicación

El objetivo de la SA 8000 es ofrecer una norma, basada en los instrumentos internacionales de derechos humanos y las leyes laborales nacionales, que proteja y faculte a todo el personal bajo el control e influencia de una empresa –el cual produce productos o provee servicios para esa empresa- incluyendo el personal contratado por la propia empresa así como por sus proveedores/subcontratistas, sub-proveedores y trabajadores desde el hogar La norma SA8000 es verificable a través de un proceso basado en la evidencia. Sus requisitos se pueden aplicar universalmente, independientemente del tamaño de una empresa, situación geográfica o sector

industrial. Cumplir con los requisitos de responsabilidad social de esta norma permitirá a la empresa:

a) Desarrollar, mantener y aplicar sus principios y sus procedimientos con el objeto de manejar aquellos asuntos que están bajo su control o influencia.

b) Demostrar a las partes interesadas que sus principios, procedimientos y prácticas están en conformidad con los requerimientos impuestos por esta norma.

La empresa debe cumplir con la legislación nacional y cualquier otra ley aplicable, con las normas que prevalecen en el sector, con otros requisitos suscritos por la organización y con esta Norma Internacional. En los casos en que la legislación nacional, cualquier otra ley aplicable, las normas vigentes en el sector, otros requisitos suscritos por la organización y esta norma trataran el mismo asunto, deben aplicarse las disposiciones más favorables a los trabajadores

La SA8000 es una norma global en materia de responsabilidad social a favor de las condiciones laborales dignas, elaborada y vigilada por la organización Social Accountability International (SAI). La norma está fundamentada en los principios de los derechos humanos internacionales y en los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (International Labour Organization — ILO), los cuales alientan a la gerencia a implantar cambios sistemáticos sostenibles en las operaciones comerciales. La norma SA 8000 tiene como objetivo mejorar las condiciones laborales de las organizaciones a nivel mundial, de esa forma mejorando las condiciones de los colaboradores de tales organizaciones. La norma rige lo siguiente:

- Trabajo infantil o forzoso
- Salud ocupacional y seguridad industrial
- Libertad de asociación y de negociación colectiva
- Discriminación
- Prácticas disciplinares
- Horas de trabajo
- Compensación
- Sistema de gestión

**Normas ISO (International Standarization Organization)**

La finalidad principal de las Normas ISO es orientar, coordinar, simplificar y unificar los usos para conseguir menores costos y efectividad. Actualmente su uso se va extendiendo y hay un gran interés en seguir las normas existentes porque desde el punto de vista económico reduce costos, tiempo y trabajo. Igualmente existe las Normas ISO 2600; Guía sobre Responsabilidad Social La Organización Internacional para la Normalización, ISO, ha decidido emprender el desarrollo de una Norma Internacional que provea una guía para la Responsabilidad Social (RS). La guía, será publicada a comienzos de 2009, como ISO 26000, y será de uso voluntario, no incluirá requisitos, y de esta manera, no será una norma certificable.

**Propósito de la Norma ISO 26000 – RS**

El NWIP (New Work Item Proyect) en el anexo B, se plantea el propósito o justificación de la norma, las razones para la estandarización y la información

detallada sobre los asuntos conceptuales relacionados a RS. El objetivo que se plantea es el de:

- Asistir o ayudar a las organizaciones a establecer, implementar, mantener y mejorar los marcos o estructuras de RS.
- Apoyar a las organizaciones a demostrar su RS mediante una buena respuesta y un efectivo cumplimiento de compromisos de todos los accionistas y grupos de interés, incluyendo a los gestores, a quienes quizás recalcará su confidencia y satisfacción; facilitar la comunicación confiable de los compromisos y actividades relacionadas a RS.
- Promover y potenciar una máxima transparencia. El estándar será una herramienta para el desarrollo de la sustentabilidad de las organizaciones mientras se respetan variadas condiciones relacionadas a leyes de aguas, costumbre y cultura, ambiente psicológico y económico.
- Hacer también un ligero análisis de la factibilidad de la actividad, refiriéndose a los asuntos que pueden afectar la viabilidad de la actividad y que requieren de consideraciones adicionales por parte de ISO.

De esta manera se plantean como beneficios esperados de la implementación del estándar, los siguientes:

- Facilitar el establecimiento, implementación y mantenimiento y mejora de la estructura o marcos de RS en organizaciones que contribuyan al desarrollo sustentable.

- Contribuir a incrementar la confianza y satisfacción en las organizaciones entre los accionistas y grupos de interés (incluyendo a los gestores);

- Incrementar las garantías en materia de RS a través de la creación de un estándar único aceptado por un amplio rango de stakeholders;

- Fortalecer las garantías de una observancia de conjuntos de principios universales, como se expresa en las convenciones de las Naciones Unidas, y en la declaración incluida en los principios del Pacto Global y particularmente en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, las declaraciones y convenciones de OIT, la declaración de Río sobre el medioambiente y desarrollo, y la Convención de las Naciones Unidas contra la corrupción. Facilitar las liberaciones del mercado y remover las barreras del comercio (implementación de un mercado abierto y libre), complementar y evitar conflictos con otros estándares y requerimientos de RS ya existentes.

**Alcance de la Norma ISO 26000 - RS**

El NWIP en el anexo A se refiere al alcance del proyecto propuesto, y particularmente al alcance de la norma. En esta sección del informe se hace una enumeración de lo que la norma debiera significar o incorporar:

- Asistir a las organizaciones en la orientación de sus políticas de RS en lo referido a las diferencias en materia cultural, ambiental, y legal, además de condiciones económicas de desarrollo.

- Proveer de una guía práctica relacionada a la operacionalización de RS, identificar y comprometerse con los stakeholders, e incrementar la credibilidad de los reportes y declaraciones hechas sobre RS.
- Poner el énfasis en el rendimiento y mejora de los resultados
- Incrementar la confianza y satisfacción de las organizaciones entre sus clientes y otros stakeholders
- Ser consistente y no actuar en desacuerdo con los documentos ya existentes, convenios internacionales y estándares ya existentes.
- No estar intencionado a reducir la autoridad del gobierno en la dirección de RS de las organizaciones.
- Promover la terminología común en el campo de RS, y ampliar la conciencia en estas materias.

**Aplicación de la Norma ISO 26000 – RS**

La aplicación de la norma está contenida también en el NWIP, es ahí donde se define que será aplicable para todo tipo de organizaciones, independiente a su tamaño, localización, naturaleza de sus actividades y productos, su cultura, sociedad y medioambiente en el que lleva a cabo sus actividades.

## Bases Legales

Es el conjunto de leyes, reglamentos, normas, decretos, etc., que establecen el basamento jurídico que sustenta la investigación. Según Amaro (2006:72), define las bases legales como aquellas que:

> Son todos aquellos fundamentos legislativos que apoyan la investigación de una forma integral, las mismas deben organizarse con base en la siguiente jerarquización: Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, Códigos, Leyes, reglamentos, Normas, Lineamientos y otros, según el caso.

Es esta parte se toma en consideración toda la fundamentación legal que sustenta la temática en estudio, así mismo existen leyes que regulan las transacciones y establecen las normas y condiciones para cada operación. Los artículos pertinentes, relativos a la materia objeto de estudio, están contemplados en las siguientes bases legales.

**Constitución de la República Bolivariana de Venezuela** (1999)

En Venezuela, las normas rectoras acerca de Responsabilidad Social Empresarial están contenidas en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela

**Artículo 132**: "Toda persona tiene el deber de cumplir sus responsabilidades sociales y participar solidariamente en la vida política, civil y comunitaria del país, promoviendo y defendiendo los derechos humanos como fundamento de la convivencia democrática y de la paz social."

**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 y 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"

**Artículo 86**: "Toda persona tiene derecho a la seguridad social como servicio público de carácter no lucrativo, que garantice la salud y asegure protección en contingencias de maternidad, paternidad, enfermedad, invalidez, enfermedades catastróficas, discapacidad, necesidades especiales, riesgos laborales, pérdida de empleo, desempleo, vejez, viudedad, orfandad, vivienda, cargas derivadas de la vida familiar y cualquier otra circunstancia de previsión social.(…) . El sistema de seguridad social será regulado por una ley orgánica especial."

**Artículo 87**: "Toda persona tiene derecho al trabajo y el deber de trabajar. (…). Todo patrono o patrona garantizará a sus trabajadores y trabajadoras condiciones de seguridad, higiene y ambiente de trabajo adecuados. El Estado adoptará medidas y creará instituciones que permitan el control y la promoción de estas condiciones."

**Artículo 89**: "El trabajo es un hecho social y gozará de la protección del Estado. La ley dispondrá lo necesario para mejorar las condiciones materiales, morales e intelectuales de los trabajadores y trabajadoras. Para el cumplimiento de esta obligación del Estado se establecen los siguientes principios: 1. Ninguna ley podrá establecer disposiciones que alteren la intangibilidad y progresividad de los derechos y beneficios laborales; 5. Se prohíbe todo tipo de discriminación por razones de política, edad, raza, sexo o credo o por cualquier otra condición; 6. Se prohíbe el

trabajo de adolescentes en labores que puedan afectar su desarrollo integral. El Estado los protegerá contra cualquier explotación económica y social."

**Artículo 111**: "Todas las personas tienen derecho al deporte y a la recreación como actividades que benefician la calidad de vida individual y colectiva. (…)… La ley establecerá incentivos y estímulos a las personas, instituciones y comunidades que promuevan a los y las atletas y desarrollen o financien planes, programas y actividades deportivas en el país."

**Artículo 299**: "El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democratización, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizado la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad de crecimiento de la economía, para garantizar una justa distribución de la riqueza, mediante una planificación estratégica democrática, participativa y de consulta abierta."

**Artículo 308**: "El Estado protegerá y promoverá la pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, así como también la empresa familiar, la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo, el ahorro y el consumo, bajo régimen de propiedad colectiva, con el fin de fortalecer el

desarrollo económico del país, sustentándolo en la iniciativa popular. Se asegurará la capacitación, la asistencia técnica y el financiamiento oportuno."

**Artículo 317**: "No podrá cobrarse impuesto, tasa, ni contribución alguna que no estén establecidos en la ley, ni concederse exenciones y rebajas, ni otras formas de incentivos fiscales, sino en los casos previstos por las leyes. Ningún tributo puede tener efecto confiscatorio."

**Normas de Obligatorio Cumplimiento**:

Las normas rectoras recogidas en nuestra Carta Magna se encuentran desarrolladas en distintos cuerpos de leyes. Así tenemos las normas de obligatorio cumplimiento, cuyo desacato puede acarrear sanciones de tipo tanto civil, administrativo como penal.

**Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo de 2005 (LOPCYMAT) (GO 38.236 del 25-7-05),**

La cual tiene a su cargo las Pensiones e indemnizaciones por accidentes y enfermedades de origen laboral, así como toda la normativa inherente a la salud laboral y prevención en el trabajo. Ampara a los Trabajadores en General. La prevención de riesgos laborales es uno de los capítulos fundamentales de la responsabilidad social y aparte de su consideración de respeto a los derechos fundamentales de los trabajadores, es además esencial para el logro de la calidad de productos y procesos, allanando el camino de la excelencia empresarial que permite

afianzar la competitividad de la empresa y con ello el principio de partida de lo que se denomina empresa socialmente responsable.

Las personas no deben ser entendidas como un recurso o medio para el logro del éxito empresarial. Esta consideración las situaría en un rango inferior de prioridades en la gestión empresarial y determinando con ello una menor eficiencia en el trabajo. Las personas en el seno de la empresa, su desarrollo profesional y sus condiciones saludables de trabajo debieran ser consideradas como una de las finalidades esenciales de la empresa y por tanto debería formar parte de sus objetivos estratégicos. Se debe tener en cuenta que el único sistema de gestión que sitúa a las personas como verdadero objetivo empresarial es el planteado por el marco legal de la prevención de riesgos laborales.

La prevención es un costo para la empresa, sobre todo en las primeras etapas, pero su eficiente implantación ha de generar beneficios, que aunque en su mayoría son intangibles, contribuyen al beneficio empresarial en un sentido amplio y a la mejoría de la competitividad.

**Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación**

La ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación fue reformada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.575 de fecha 16 de Diciembre de 2.010.- De acuerdo con esta ley (Articulo 1), La presente Ley tiene por objeto dirigir la generación de una ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, con base en el ejercicio pleno de la soberanía nacional, la democracia participativa y

protagónica, la justicia y la igualdad social, el respeto al ambiente y la diversidad cultural, mediante la aplicación de conocimientos populares y académicos. A tales fines, el Estado Venezolano formulará, a través de la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, enmarcado en el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación, las políticas públicas dirigidas a la solución de problemas concretos de la sociedad, por medio de la articulación e integración de los sujetos que realizan actividades de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones como condición necesaria para el fortalecimiento del Poder Popular."

Establece el artículo 5 De acuerdo con esta Ley, las acciones estatales en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones estarán dirigidas a los sujetos mencionados en el artículo 3, dentro de las metas planteadas en el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación, para cumplir con los siguientes objetivos:

1. Formular la política nacional de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, así como impulsar y controlar la ejecución de las políticas públicas para la solución de problemas concretos de la sociedad y el ejercicio pleno de la soberanía nacional, a través de planes nacionales para la construcción de una sociedad justa e igualitaria.

2. Coordinar, articular, difundir e incentivar las actividades inherentes a la ciencia, la tecnología, la innovación y sus aplicaciones.

3. Impulsar el establecimiento de redes nacionales y regionales de cooperación científica y tecnológica.

4. Promover el aporte efectivo de la ciencia, la tecnología, la innovación y sus aplicaciones al desarrollo y fortalecimiento de la producción con un alto nivel de

valor agregado venezolano que fortalezca nuestra soberanía nacional, de acuerdo con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación.

5. Promover mecanismos de divulgación, difusión e intercambio de los resultados generados en el país por la actividad de investigación e innovación tecnológica, abarcando a toda la sociedad nacional, en todas sus regiones y sectores sociales a través de programas de educación formal e informal, coordinados por las autoridades nacionales con competencia en materia de educación, cultura y comunicación."

Forman parte del sistema nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, los organismos del sector privado, empresas, proveedores de servicios, insumos y bienes de capital, redes de información y asistencia que se incorporen al sistema. Asimismo en su Artículo 7, estipula los Principios de ética para la vida; La autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones hará cumplir los principios y valores de la ética para la vida que rigen la actividad científica y tecnológica, que tenga como objeto el estudio, la manipulación o la afectación directa o indirecta de los seres vivientes, de conformidad con las disposiciones de carácter nacional."

Define en su Artículo 23, la procedencia de los aportes, los cuales provendrán de personas jurídicas, entidades privadas o públicas, domiciliadas o no en la República que realicen actividades económicas en el territorio nacional y estarán destinados a financiar las actividades de la ciencia, la tecnología, la innovación y sus aplicaciones, necesarios para el avance social, económico y político del país.

**Artículo 25.** De quiénes aportan A los efectos de esta Ley, se entiende como aportantes para la ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, aquellas personas jurídicas, entidades privadas o públicas, domiciliadas o no en la República que realicen actividades económicas en el territorio nacional y hayan obtenido ingresos brutos anuales superiores a cien mil Unidades Tributarias (100.000 U.T.) en el ejercicio fiscal inmediato anterior, que se señalan a continuación:

1. Las compañías anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada.

2. Las sociedades en nombre colectivo, en comandita simple, las comunidades, así como cualesquiera otras sociedades de personas, incluidas las irregulares o de hecho.

3. Las asociaciones, fundaciones, corporaciones, cooperativas y demás entidades jurídicas o económicas no citadas en los numerales anteriores.

4. Los establecimientos permanentes, centros o bases fijas situados en el territorio nacional."

**Artículo 26.** Proporción del aportante. Las personas jurídicas, entidades privadas o públicas, domiciliadas o no en la República que realicen actividades económicas en el territorio nacional, aportarán anualmente Un porcentaje de sus ingresos brutos obtenidos en el ejercicio económico inmediatamente anterior, de acuerdo con la actividad a la que se dediquen, de la siguiente manera:

1. Dos por ciento (2%) cuando la actividad económica sea una de las contempladas en la Ley para el Control de los Casinos, Salas de Bingo y Máquinas Traganíqueles, y todas aquellas vinculadas con la industria y el comercio de alcohol etílico, especies alcohólicas y tabaco.

2. Uno por ciento (1%) en el caso de empresas de capital privado cuando la actividad económica sea una de las contempladas en la Ley Orgánica de Hidrocarburos y en la Ley Orgánica de Hidrocarburos Gaseosos, y comprenda la explotación minera, su procesamiento y distribución.

3. Cero coma cinco por ciento (0,5%) en el caso de empresas de capital público cuando la actividad económica sea una de las contempladas en la ley Orgánica de Hidrocarburos y en la Ley Orgánica de
Hidrocarburos Gaseosos, y comprenda la explotación minera, su procesamiento y distribución. Cero coma cinco por ciento (0,5%) cuando se trate de cualquier otra actividad económica.

**Artículo 27** Actividades consideradas como factibles de ser llevadas a cabo con los aportes a la ciencia, la tecnología, la innovación y sus aplicaciones**.** A los fines de la presente Ley, las siguientes actividades serán consideradas como factibles de ser llevadas a cabo con los aportes a la ciencia, la tecnología, la innovación y sus aplicaciones:

1. Proyectos de innovación relacionados con actividades que involucren la obtención de nuevos conocimientos o tecnologías en el país, con participación nacional en los derechos de propiedad intelectual, en las áreas prioritarias establecidas por la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones:

a. Sustitución de materias primas o componentes para disminuir importaciones o dependencia tecnológica.

b. Creación de redes productivas nacionales.

c. Utilización de nuevas tecnologías para incrementar la calidad de las unidades de producción.

d. Participación, investigación e innovación de las universidades y centros de investigación e innovación del país, en la introducción de nuevos procesos tecnológicos, esquemas organizativos, obtención de nuevos productos o de procedimientos, exploración de necesidades y, en general, procesos de innovación con miras a resolver problemas concretos de la población venezolana.

c. Formación de cultores o cuadros científicos y tecnológicos en normativa, técnicas, procesos y procedimientos de calidad.

f. Procesos de transferencia de tecnología dirigidos a la producción de bienes y servicios en el país, que prevean la formación de cultores o cuadros científicos y tecnológicos en lo técnico, operativo, profesional y científico.

2. La creación o participación en incubadoras o viveros de unidades de producción nacionales de base tecnológica, en las áreas prioritarias establecidas por la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones.

3. Participación en fondos nacionales de garantía o de capital de riesgo para proyectos de innovación, investigación o escalamiento, en las áreas prioritarias establecidas por la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones.

4. Actividades de investigación y escalamiento que incluyan:

a. Financiamiento a proyectos de investigación y escalamiento realizados por universidades o centros de investigación y escalamiento certificados por la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones.

b. Creación de unidades o espacios para la investigación, la ciencia, la tecnología y la innovación sin fines de lucro, conforme a los lineamientos establecidos en el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

c. Creación de bases y sistemas de información de libre acceso que contribuyan al fortalecimiento de las actividades de ciencia, la tecnología, la innovación y sus aplicaciones, sin fines de lucro, en las áreas prioritarias establecidas por la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones.

d. Promoción y divulgación de las actividades de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones realizadas en el país, sin fines comerciales.

e. Creación de programas de fomento a la investigación, el escalamiento o la innovación en el país, instrumentados desde el Ejecutivo Nacional.

i. Financiamiento para la organización de reuniones o eventos científicos sin fines comerciales, en las áreas prioritarias establecidas por la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones.

g. Consolidación de redes de cooperación científicas, tecnológicas y de innovación a nivel nacional e internacional en las áreas prioritarias establecidas por la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones establecidas desde el sector oficial.

h. Conformación de ámbitos o proyectos de vinculación entre espacios de investigación y creación, y las unidades de producción social, para procesos de transferencia de tecnología, con el objeto de garantizar la independencia y soberanía del aparato productivo nacional.

5. Inversión en actividades de formación de cultores científicos y tecnológicos, en las áreas prioritarias establecidas por la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, que incluyan:

a. Organización y financiamiento de cursos y eventos de formación en ciencia, tecnología e innovación sin fines comerciales en el país.

b. Creación y fortalecimiento de espacios de formación relativos a las actividades reguladas por esta Ley, en instituciones de educación universitaria de carácter oficial en el país.

c. Financiamiento de becas para la formación de cultores científicos y tecnológicos que formen parte activa de una unidad de producción social que esté vinculada a un proyecto específico de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones en las áreas prioritarias establecidas en el Plan Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

d. Programas de actualización del personal que forme parte activa de una unidad de producción social, en materia de innovación tecnológica con participación de instituciones oficiales de educación del país.

e. Financiamiento de programas de inserción laboral de venezolanos desempleados y venezolanas desempleadas con altos niveles de formación.

f. Financiamiento de programas de movilización a nivel nacional, de investigadores vinculados e investigadoras vinculadas con la creación y financiamiento de postgrados integrados de redes de investigación nacionales e internacionales, impulsadas por el sector oficial.

g. Financiamiento de tesis de postgrado y pasantías de investigación de estudiantes de educación universitaria.

h. Cualquier otra actividad que en criterio de la autoridad nacional con competencia en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones, pueda ser considerada necesaria para el impulso de la ciencia, la tecnología, la innovación y sus aplicaciones."

Parágrafo único: El Reglamento de la presente Ley establecerá los mecanismos, modalidades y formas en que se realizarán las actividades antes señaladas."

**Ley Orgánica de Drogas**

Publicada en la gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39546, de fecha 05 de noviembre de 2010. Esta Ley tiene por objeto establecer los mecanismos y medidas de control, vigilancia y fiscalización en el territorio nacional, a que serán sometidos los estupefacientes y sustancias psicotrópicas, así como las sustancias químicas, precursoras y esenciales, susceptibles de ser desviadas a la fabricación ilícita de drogas; determinar los delitos y penas relacionados con el tráfico ilícito de drogas, asimismo, las infracciones administrativas pertinentes y sus correspondientes sanciones; identificar y determinar la naturaleza del órgano rector en materia de lucha contra el uso indebido y el tráfico ilícito de drogas; regular lo atinente a las medidas de seguridad social aplicables a la persona consumidora, por el

consumo indebido de estupefacientes y sustancias psicotrópicas; y regular lo atinente a la prevención integral del consumo de drogas y la prevención del tráfico ilícito de las mismas.

Esta ley en su Capítulo II Prevención integral, estipula en su artículo 17, la obligación de colaborar; Toda persona natural o jurídica está obligada a colaborar en la prevención integral del consumo de drogas, con especial atención de niños, niñas y adolescentes. De la misma manera en su Artículo 20; Las donaciones de personas naturales o jurídicas a favor de los planes, programas y proyectos para la prevención integral, podrán ser deducibles del Impuesto Sobre la Renta, previa aprobación del órgano rector. Se dará preferencia a los planes, programas y proyectos, destinados a la protección de niños, niñas y adolescentes.

**Artículo 24.** Servicio a favor de la colectividad. En razón del interés público que rige esta materia, se considerará servicio a favor de la colectividad la constitución de sociedades civiles, asociaciones, cooperativas y fundaciones sin fines de lucro que tengan por objeto social la prevención del consumo de drogas, el tratamiento y la rehabilitación de la persona consumidora y la investigación científica sobre el consumo de drogas. Las mismas deberán registrarse en el Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de salud, el cual informará al órgano rector del correspondiente registro.

**Artículo 32** Aporte. Las personas jurídicas privadas, consorcios y entes públicos con fines empresariales, que ocupen cincuenta trabajadores o trabajadoras, o más, están obligados a liquidar el equivalente al uno por ciento (1%) de su ganancia ó utilidad en operaciones del ejercicio ante el Fondo Nacional Antidrogas, dentro de los sesenta días continuos contados a partir del cierre del ejercicio fiscal respectivo. Las

personas jurídicas pertenecientes a grupos económicos se consolidarán a los fines de cumplir con esta previsión. El Fondo Nacional Antidrogas destinará este aporte para el financiamiento de planes, proyectos y programas de prevención integral y de prevención del tráfico ilícito de drogas. El incumplimiento de esta obligación será sancionado con una multa equivalente al doble del aporte correspondiente al ejercicio fiscal respectivo, y en caso de reincidencia, la multa será tres veces el aporte, de conformidad con el ejercicio fiscal correspondiente. La imposición de multa se realizará de acuerdo con el procedimiento establecido en el Código Orgánico Tributario.

**Artículo 33** Distribución del aporte. El aporte para planes, programas y proyectos de prevención integral y de prevención del tráfico ilícito de drogas se distribuirá en cuarenta por ciento (40%) destinado a proyectos de prevención en el ámbito laboral del aportante a favor de sus trabajadores y trabajadoras, y el entorno familiar de éstos y éstas; veinticinco por ciento (25%) destinado a programas de prevención integral, con especial atención a niños, niñas y adolescentes; veinticinco por ciento (25%) destinado a programas contra el tráfico ilícito de drogas; y diez por ciento (10%) destinado a los costos operativos del Fondo Nacional Antidrogas.

**Artículo 34** Contribución especial. Las personas jurídicas fabricantes o importadores de bebidas alcohólicas, tabaco y sus mezclas, están obligados en función de su responsabilidad social, a liquidar el equivalente al dos por ciento (2%) de su ganancia o utilidad en operaciones del ejercicio, destinado a la ejecución de planes, programas y proyectos relacionados con la creación, construcción, restauración, mantenimiento y funcionamiento de centros de tratamiento de las adicciones, así como para apoyar planes, programas y proyectos de prevención integral elaborados por el Ejecutivo Nacional.

Dicha contribución especial deberá ser declarada y liquidada ante el Fondo Nacional Antidrogas dentro de los sesenta días continuos contados a partir del cierre del correspondiente ejercicio fiscal. El incumplimiento de esta obligación será sancionado con una multa equivalente al doble de la contribución especial correspondiente, según el ejercicio fiscal respectivo; y en caso de reincidencia, la multa será tres veces la contribución especial, de conformidad con el ejercicio fiscal correspondiente. La imposición de la multa se realizará de conformidad con el procedimiento establecido en el Código Orgánico Tributario.

**Artículo 35** Distribución de la contribución especial. La contribución especial será distribuida en un noventa por ciento (90%) destinado para la ejecución de planes, programas y proyectos relacionados con la creación, construcción, restauración, mantenimiento y funcionamiento de centros de tratamiento de adicciones, así como para apoyar planes, programas y proyectos de prevención integral elaborados por el Ejecutivo Nacional; y un diez por ciento (10%) será destinado a los costos operativos del Fondo Nacional Antidrogas.

**Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física**

**En Gaceta Oficial Nº 39.741 del 23/08/2011 fue publicada la Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física.**

**Artículo 1.** Esta Ley tiene por objeto establecer las bases para la educación física, regular la promoción, organización y administración del deporte y la actividad física como servicios públicos, por constituir derechos fundamentales de los ciudadanos y ciudadanas y un deber social del Estado, así como su gestión como actividad económica con fines sociales.

**Derecho Universal**

**Artículo 8.** Todas las personas tienen derecho a la educación física, a la práctica de actividades físicas y a desarrollarse en el deporte de su preferencia, sin más limitaciones que las derivadas de sus aptitudes deportivas y capacidades físicas, sin menoscabo del debido resguardo de la moral y el orden público. El Estado protege y garantiza indeclinablemente este derecho como medio para la cohesión de la identidad nacional, la lealtad a la patria y sus símbolos, el enaltecimiento cultural y social de los ciudadanos y ciudadanas, que posibilita el desarrollo pleno de su personalidad, como herramienta para promover, mejorar y resguardar la salud de la población y la ética, favoreciendo su pleno desarrollo físico y mental como instrumento de combate contra el sedentarismo, la deserción escolar, el ausentismo laboral, los accidentes en el trabajo, el consumismo, el alcoholismo, el tabaquismo, el consumo ilícito de las drogas, la violencia social y la delincuencia.

**Declaratoria de utilidad pública e interés social**

**Artículo 11.** Se declaran de utilidad pública e interés social, el fomento, la promoción, el desarrollo y la práctica del deporte, así como la construcción, dotación, mantenimiento y protección de la infraestructura deportiva a nivel nacional.

**Declaratoria de masificación deportiva como prioridad**

**Artículo 12.** Se declara como prioridad de la política deportiva nacional, la masificación de las buenas prácticas del deporte, la actividad física y la educación

física y se incorporan como elementos transversales de las políticas Estatales en materia de vivienda y hábitat, pueblos indígenas, trabajo, mujer e igualdad y equidad de género, juventud, educación, salud, seguridad, defensa, comunicación, organización popular, entre otras.

**Principales funciones del Estado**

**Artículo 13.** El Estado en su función de garantizar el efectivo ejercicio del derecho al deporte, a la actividad física y a la educación física:

1. Presta el servicio público deportivo en las instalaciones de uso público.

2. Autoriza, supervisa y controla la prestación del servicio público deportivo, en las instalaciones privadas de uso público.

3. Regula, autoriza y fiscaliza el funcionamiento de los establecimientos deportivos.

4. Incentiva, regula, orienta, coordina, supervisa y apoya a las organizaciones sociales promotoras del deporte y reconoce la del tipo asociativo sin menoscabo de la soberanía nacional.

5. Provee atención integral a los y las atletas, adoptando medidas legales, presupuestarias y administrativas para asegurar su formación técnica y profesional, su educación y desarrollo social integral, en atención a sus condiciones particulares.

6. Asegura el acceso al Sistema Nacional del Deporte, la Actividad Física y la Educación Física a todas las personas, con el concurso de los particulares y de las organizaciones del Poder Popular.

7. Desarrolla y reglamenta el mecanismo por el cual el Ejecutivo Nacional otorga el reconocimiento y designación de las glorias deportivas.

8. Promueve, supervisa y fiscaliza la construcción, desarrollo y mantenimiento de la infraestructura deportiva en el territorio nacional.

9. Las demás atribuciones que sean previstas en las leyes, reglamentos y demás actos del Poder Público.

**Derechos de las personas para asegurar la práctica del deporte, la actividad física y la educación física**

**Artículo 14.** Son derechos que aseguran la práctica del deporte, la actividad física y la educación física de todas las personas:

1. El libre acceso al sistema asociativo, sin más limitaciones que las exigidas por esta Ley y sin más condiciones de permanencia que el desarrollo de actividades deportivas, el rendimiento deportivo y las normas sobre disciplina establecidas en los reglamentos deportivos.

2. La disponibilidad de espacios e instalaciones provistas por patronos o patronas para la práctica de deportes, actividades físicas y la educación física durante la jornada laboral, en los términos que fije el Reglamento de la presente Ley.

3. La educación física, la práctica de deportes y actividades físicas en todo el Sistema Educativo Venezolano, hasta el pregrado universitario, en los términos que fije el Reglamento de la presente Ley.

4. La educación física en todo el subsistema de educación básica con una frecuencia mínima de tres sesiones por semana.

5. El goce de permisos para los trabajadores, trabajadoras y estudiantes del Sistema Educativo Nacional que sean seleccionados y seleccionadas para representar al país, al estado o al municipio en competiciones internacionales, nacionales, estatales o municipales. Dichos permisos no excederán de noventa días; en el caso de los trabajadores y trabajadoras serán remunerados.

6. El derecho de los y las estudiantes a que sean reprogramadas sus evaluaciones, cuando asistan en representación de sus respectivas selecciones.

7. El goce y disfrute de las instalaciones y establecimientos deportivos públicos o privados abiertos al público, en óptimas condiciones, con sujeción a sus normas de uso.

8. Los demás que se consagren y desarrollen en el ordenamiento jurídico venezolano. Las condiciones para el ejercicio de los derechos consagrados en este artículo, serán establecidas en las leyes y reglamentos sobre la materia.

**Promoción y protección Estatal**

**Artículo 33.** El Estado venezolano promueve, protege y apoya las organizaciones sociales creadas por el pueblo para la difusión del deporte y la actividad física, con el interés de exaltar su práctica como expresiones culturales que por su carácter transformador de la sociedad enaltecen y enriquecen la vida del pueblo, exaltan el patriotismo, el gentilicio y la honra nacional, difunden valores humanistas de progreso social y el buen vivir. Estas organizaciones son corresponsables de la política de promoción y desarrollo del deporte, la actividad física y la educación física que impulsa el Estado. Su actividad y funcionamiento se rige por los principios contenidos en el artículo 2 de la presente Ley.

**Creación del Fondo Nacional para el Desarrollo del Deporte, la Actividad Física y la Educación Física**

**Artículo 68**. Se crea el Fondo Nacional para el Desarrollo del Deporte, la Actividad Física y la Educación Física, el cual estará constituido por los aportes realizados por empresas u otras organizaciones públicas y privadas que realicen

actividades económicas en el país con fines de lucro; por las donaciones y cualquier otro aporte extraordinario que haga la República, los estados, los municipios o cualquier entidad pública o privada y por los rendimientos que dichos fondos generen. El fondo principalmente será utilizado para el financiamiento de planes, proyectos y programas de desarrollo y fomento de la actividad física y el deporte, así como para el patrocinio del deporte, la atención integral y seguridad social de los y las atletas.

El aporte a cargo de las empresas u otras organizaciones indicadas en este artículo, será el uno por ciento (1%) sobre la utilidad neta o ganancia contable anual, cuando ésta supere las veinte mil Unidades Tributarias (20.000 U.T), y se realizará de acuerdo con los parámetros que defina el Reglamento de la presente Ley o en normas emanadas del Ministerio del Poder Popular con competencia en materia de deporte, actividad física y educación física. Este aporte no constituirá un desgravamen al Impuesto Sobre la Renta.

Se podrá destinar hasta el cincuenta por ciento (50%) del aporte aquí previsto para la ejecución de proyectos propios del contribuyente, propendiendo al desarrollo de actividades físicas y buenas prácticas, y para el patrocinio del deporte, con sujeción a los lineamientos que al respecto emita el Instituto Nacional de Deportes.

## Definición de Términos Básicos

**Acción Social**: conjunto de actividades promovidas por la empresa, dentro del marco que define su RSC, que acrediten las conductas y el Posicionamiento público de la compañía ante sus grupos de interés.

**Activo:** recurso controlado por la empresa como consecuencia de sucesos pasados, del cual se esperan obtener en el futuro beneficios económicos, entendiendo que una empresa controla un activo si la empresa tiene el poder para obtener los beneficios económicos futuros que fluyan del recurso subyacente y, también, puede restringir el acceso de otros a esos beneficios.

**Activo Intangible**: todo aquello que aporta valor a la empresa, de naturaleza inmaterial, susceptible de ser "gestionado". Por ejemplo la marca, el conocimiento, la reputación, la imagen.

**Activos estratégicos:** recursos y capacidades propias y diferenciales de una empresa, susceptibles de ser utilizados en el desarrollo de ventajas competitivas. Acostumbran a ser escasos, valiosos, difíciles de imitar y difíciles de sustituir.

**Ámbito público**: espacio la Gestión del Convencimiento de los grupos de interés que interesa o afecta a la empresa porque en él se dirime su elección o rechazo.

**Beneficio corporativo**: valor percibido de la empresa por sus grupos de interés en razón de la posición que cada uno de ellos ocupa respecto de la misma.

**Buenas prácticas:** acciones que se generan para la prestación del servicio en las prácticas habituales y que tienden a optimizar los resultados.

**Buen gobierno:** es la capacidad del gobierno de: 1) promover la transparencia y la opinión pública; 2) proveer eficiente y efectivamente servicios públicos 3) promover la salud y bienestar de los ciudadanos; y 4) crear un clima favorable para un crecimiento económico estable.

**Capital Humano:** conjunto de conocimientos, entrenamientos y habilidades poseídas por las personas que las capacitan para realizar labores productivas con distintos grados de complejidad y especialización. Es el valor resultante de la aportación de las personas a la organización.

**Capital Negocio:** engloba las relaciones de la empresa con los principales agentes vinculados con su proceso de negocio básico (clientes, proveedores, aliados estratégicos y competidores).

**Capital Social**: agrupa las relaciones de la empresa con los diferentes agentes sociales que actúan en su entorno, garantizando la sostenibilidad y la responsabilidad tanto con la sociedad como con el medio amiente. A este respecto, los públicos identificados son las ONG, fundaciones, agentes sociales, sociedad en general y los empleados como protagonistas de actividades de voluntariado.

**Ciudadanía Corporativa:** Contribución que hace una compañía a la sociedad a través de sus principales actividades, inversiones sociales, programas benéficos, y su compromiso con la política pública. Concepción de la organización como miembro integrante de la sociedad, con el deber de promover su desarrollo y la preservación del entorno vital en donde realiza su actividad.

**Desarrollo sustentable:** El desarrollo sustentable es el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades.

**Empresa Conveniente**: empresa cuyo modelo de gestión es el de una organización corporativamente responsable que, además, gestiona proactivamente el Convencimiento de los grupos de interés para ser preferida como la mejor opción de entre las que compiten, para comprar invertir, trabajar…Sus grupos de interés son los accionistas, los compradores, los trabajadores, las ONGs y la sociedad.

**Empresa Corporativamente Responsable**: empresa que incorpora la gestión de la responsabilidad a todos sus ámbitos de actuación y frente a todos sus grupos de interés.

**Empresa Económicamente Responsable**: empresa cuyo objetivo esencial de gestión es maximizar el beneficio económico y cumplir la ley. Sus grupos de interés son los accionistas y los consumidores.

**Empresa Medioambientalmente Responsable**: empresa económicamente responsable que incorpora a su gestión el impacto del negocio en el medio ambiente. Sus grupos de interés son los accionistas, los consumidores y las ONGs.

**Empresa Socialmente Responsable**: empresa medioambientalmente responsable que incorpora a su gestión la Responsabilidad Social. Sus grupos de interés son los accionistas, los compradores, los trabajadores, las ONGs y la sociedad.

**Espíritu empresarial responsable**: concepto de las Naciones Unidas que reconoce el papel de las empresas para conseguir un desarrollo sostenible y que las empresas puedan gestionar sus operaciones de modo que se fomente el crecimiento económico y se aumente la competitividad al tiempo que se garantiza la protección del medio ambiente y se promueve la responsabilidad social.

**Gestión de Convencimiento**: proceso de gestión específico para la creación de valor de una empresa, basado en las conductas, que integra todos los elementos que intervienen para influir en las decisiones de compra, inversión, apoyo…de los grupos de interés y provocar la elección de una empresa.

**Global Reporting Initiative (GRI):** es un estándar internacional de reporte para el uso voluntario por parte de organizaciones con el fin de reportar sobre las dimensiones económicas, medioambientales y sociales de sus actividades, productos y servicios.

**Gobierno corporativo**: principios rectores y normas de actuación, formalizados públicamente, que establecen el modo de hacer negocios de la empresa y de relacionarse con los grupos de interés. Un buen gobierno corporativo persigue fortalecer la facultad de supervisión sobre la gestión de la compañía. Además, persigue reforzar la exigencia de lealtad de los miembros. Busca mejorar la transparencia y la fluidez en la información que se proporciona a los grupos de interés.

**Grupos de Interés**: son aquellos individuos o grupos interesados en la empresa, en razón de la posición que ocupan respecto de la misma (trabajadores, consumidores, accionistas…)

**Imagen** de una empresa es la impresión que provoca en los grupos de interés los aspectos formales de sus elementos funcionales (edificio, productos, anuncios, uniformes, logotipo, beneficios…), y condiciona sus actitudes de relación con la compañía.

**Inversión Social:** Constituye un enfoque más integral de la relación empresa y sociedad que supone la extensión de los criterios empresarios al campo social,

quitándole la faz caritativa para otorgarle otra más ligada al desarrollo y la sustentabilidad de los proyectos.

**Inversión Socialmente Responsable (SRI por sus siglas en inglés):** El fenómeno de las inversiones socialmente responsables, tal como se conoce hoy, empezó como respuesta al régimen de "apartheid" existente en Sudáfrica, cuando muchos inversores decidieron que no querían financiar a compañías con negocios en dicho país ya que eso conllevaba a fomentar la política de "apartheid". Un fondo de inversión socialmente responsable es, un fondo en que a las inversiones, aparte de tratar de ofrecer la máxima rentabilidad y liquidez con el mínimo riesgo, se les exige además que estén de acuerdo con la moral, valores y sistema de creencias de cada uno. La inversión ética es, una filosofía de inversión que mezcla objetivos éticos, medioambientales y sociales con objetivos puramente financieros.

**Memoria de sostenibilidad:** informe que proporciona una imagen equilibrada y razonable del desempeño en materia de sostenibilidad por parte de la organización informante, que incluye tanto las contribuciones positivas como las negativas.

**Posicionamiento Público de la empresa**: es la espacio de valores transmitido públicamente por la empresa a los grupos de interés que traslada las conductas de la organización, permite su discriminación positiva de los competidores, determina las expectativas de sus públicos y conforma la percepción de la compañía y su reputación.

**Principios de actuación corporativos**: normas establecidas públicamente, que determinan las conductas de la empresa en todos sus ámbitos de actuación.

**Reputación corporativa** de una empresa es la impresión que provocan en los grupos de interés las conductas de gestión percibidas, y condiciona sus actitudes de relación con la compañía.

**Responsabilidad Corporativa**: conductas exigibles a la empresa por los grupos de interés, en razón de la actividad que desarrolla.

**Responsabilidad Social Corporativa**: conductas exigibles a la empresa por la sociedad, en razón de la actividad que desarrolla.

**Sostenibilidad corporativa**: modo de gestión de una empresa, mantenido a lo largo del tiempo, que tiene en cuenta el conjunto de valores y expectativas que aseguran su futuro, minimizan sus riesgos, provocan su legitimación social y la elección de los grupos de interés para comprar, invertir, trabajar.

**The Global Compact o Pacto Mundial de las Naciones Unidas** se define a sí mismo como una iniciativa de compromiso ético destinada a que las empresas de todos los países acojan como una parte integral de su estrategia y de sus operaciones, diez principios de conducta y acción en materia de Derechos Humanos, Trabajo y Medio Ambiente.

# CAPÍTULO III

# MARCO METODOLÓGICO

La metodología a aplicar en una investigación, representa una serie de procedimientos generales con el fin de lograr de manera precisa el objetivo planteado. Es por ello que la planificación del trabajo se lleva a cabo mediante técnicas y pasos que han de utilizarse a lo largo del estudio del problema para así recolectar la información necesaria. En este sentido, Tamayo y Tamayo (2009:197) indican que "la metodología constituye la médula del plan, se refiere a la descripción de las unidades de análisis o de investigación, las técnicas de observación y de recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis".

En tal sentido, la metodología es una teoría de la investigación científica, en donde investigar supone aplicar la inteligencia a la exacta comprensión de la realidad objetiva, a fin de dominarla. Sólo al captar la esencia de las cosas, al confrontarla con la realidad, se cumple la labor del investigador; por tanto, en este capítulo se reseña la metodología que sirve de apoyo para el desarrollo de esta investigación. Se entiende entonces que la metodología está constituida por diversos procedimientos definidos y aplicados acorde con las características del proceso investigativo a desarrollar, de una manera tal que se propicie la consecución de los objetivos que se hubiere planteado el autor.

En este capítulo se presenta la metodología que permitió desarrollar el presente proyecto de investigación. Se muestran aspectos como el tipo de investigación, la

población y muestra a quienes se le aplicará el instrumento de recolección de datos, las técnicas de recolección de datos y las fases que serán utilizadas para llevar a cabo dicha investigación.

**Diseño y Tipo de investigación**

Para fines de esta investigación se manejó el diseño no experimental, de tipo transeccional; el diseño no experimental es definido por Hernández, Fernández y Baptista (2008:184) como "… cualquier investigación en la que resulta imposible manipular variables o asignar aleatoriamente a los sujetos o a las condiciones."; la presente investigación es de tipo no experimental debido a que se observan las situaciones ya existentes dentro del área de estudio en las empresas en su ambiente natural; estas no son provocadas intencionalmente. De igual manera, según Ávila (2006:95) en el estudio transeccional "…la unidad de análisis es observada en un solo punto en el tiempo." Este estudio es de tipo transeccional, ya que la recolección de la información se realizará en un solo momento y en un tiempo único.

De acuerdo con el problema referido a la propuesta de lineamientos de Gestión basados en la Responsabilidad Social Empresarial para la valoración Financiera de la Información Contable en empresas manufactureras del sector plástico, ubicadas en el Estado Aragua, la investigación se desarrolló bajo la modalidad de proyecto factible. La Universidad Pedagógica Experimental Libertador (UPEL) (2006:7), lo define de la manera siguiente:

> El proyecto factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar

> problemas requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnológicas, métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambos modalidades.

Como anteriormente se mencionó las investigaciones de tipo Proyecto Factible deben de tener un apoyo ya sea de tipo documental, de campo o una modalidad que los incluya a ambos, para la UPEL (2006:8), la investigación de campo comprende:

> El análisis sistemático de problemas en la realidad, con el propósito bien sea de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y factores constituyentes, explicar sus causas y efectos o predecir su ocurrencia, haciendo uso de métodos característicos de cualquiera de los paradigmas o enfoques de investigación conocidos o en desarrollo. La fuente principal de datos es el sitio donde se presenta el problema, los datos de interés son recogidos en forma directa de la realidad, en este sentido se trata de investigaciones a partir de datos originarios o primarios.

En este sentido, el diseño permitió obtener la información directamente de fuente primaria, es decir, de la alta Gerencia de las empresas del sector plástico, que están altamente identificados y comprometidos con el uso de los sistemas de información.

En cuanto a la Investigación documental el manual UPEL (2006:06), señala que: "El estudio de un problema con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza principal, en trabajos previos, así como información y datos divulgables por medios impresos". Dicho esto, se considera que este Proyecto Factible apoyó su investigación en un diseño de campo y documental. Ya que los

datos para su realización fueron obtenidos directamente del lugar donde se basó la investigación y otros muchos de material teórico de bibliografías y textos ya existentes.

Cabe mencionar que, la revisión bibliográfica y documental se efectuó al realizar la revisión de libros, trabajos de grado, informes, reportes, documentos en línea, entre otros; como alternativa para ampliar y profundizar los conocimientos relacionados con el tema objeto de estudio en este caso todo lo relacionado con la seguridad y salud laboral.

Por consiguiente, esta investigación cuenta con el apoyo documental, para la comprensión de algunos datos secundarios importantes para el análisis y desarrollo de la misma, tales como trabajos de grado, textos y páginas web relacionadas con los riesgos laborales y la seguridad industrial. También se plantearon objetivos los cuales sirvieron de guía para la investigación, se describió el estado actual en que se presenta la problemática real, precisando la naturaleza de la investigación.

## Población y Muestra

Una fase importante de la investigación, consiste en la selección de aquellas unidades bien sean sujeto o cosa, de las cuales se pueden obtener los datos necesarios orientados a desarrollar los objetivos de la investigación. A continuación se detallan estos aspectos:

**Población**

Toda investigación requiere que la población a estudiar sea delimitada. Al respecto, Hayman (2008:65), la define como "El grupo al cual el investigador trata de aplicar las generalidades obtenidas e intenta formular afirmaciones que sean válidas para este grupo en total". La población se establece cuando el total de los elementos poseen características comunes, por consiguiente, la población debe situarse claramente en torno a sus características de contenido, en un lugar y en el tiempo, tal y como lo afirma Tamayo y Tamayo (2009:14), la población "está determinada por sus características definitorias, por tanto el conjunto de elementos que posee esta característica se denomina población o universo". Estos fueron estudiados y dieron origen a los datos de la investigación, sobre los que se generalizaron los resultados.

Según Fidias (2006:24) la Población finita: "es la agrupación en la que se conoce la cantidad de unidades que la integran. Además, existe un registro documental de dichas unidades.". Desde el punto de vista estadístico, una población finita es la constituida por un número inferior a cien mil unidades". En este sentido, la población que servirá como muestra está representada por todas las empresas del sector Plástico ubicadas en el Estado Aragua.

Cuando se conoce el número de individuos que la componen, se habla de población finita y cuando no se conoce su número, se habla de población infinita. Esta diferencia es importante cuando se estudia una parte y no toda la población, pues la fórmula para calcular el número de individuos de la manera con la que se trabajara variará en función de estos dos tipos de población. Rodríguez (2005:85) Se aplica formula del tamaño de la muestra de acuerdo con el tipo de población, para

poblaciones Finitas, cuando se conoce cuantos elementos tiene la población, se utiliza la formula siguiente:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^{2} \cdot N \cdot p \cdot q}{i^{2}(N-1) + Z_{\alpha}^{2} \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n: tamaño muestral

N: tamaño de la población

Z: valor correspondiente a la distribución de gauss,

Zα= 0.05 = 1.96 y

Zα= 0.01 = 2.58

p: prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse (p =0.5), que hace mayor el tamaño muestral

q: 1 – p (si p = 70 %, q = 30 %)

i: error que se prevé cometer si es del 10 %, i = 0.1

Así pues, la población estará conformada por once (11) empresas. La información al respecto fue suministrada por AVIPLA (Asociación Venezolana de Industrias Plásticas), la cual es una organización privada sin fines de lucro, conformada por empresas que producen artículos plásticos, materias primas para su fabricación y actividades afines, teniendo por objeto el estudio, fomento, defensa y protección de la industria de plásticos en Venezuela.

**Cuadro 1 Población**

| EMPRESAS | PERSONAL |
|---|---|
| ADORNOS ILU, S.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| CENCO ZOTTI PLASTICA, S.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| ELABORADOS PLASTICOS, C.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| ENSAKES PLASTICOS, C.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| IMBOPLAS, C.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| INDUSTRIAS PLASTICAS UNIDAS IPUSA, S.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| INVERSIONES SELVA, C.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| MEGAPET, C.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| POLIMEROS INDUSTRIALES, C.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| POLIVENSA, S.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| TECNO-ENVASES, C.A. | 1 Gerente de Contabilidad |
| Total: 11 Empresas | Total: 11 Personas |

Fuente: El Investigador (2015)

**Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

Para capturar los datos requeridos y llevar a cabo el proceso investigativo se implementaron como técnicas la observación directa y la encuesta; resultando oportuno acotar lo señalado por Arias (2006:53): "Las técnicas de recolección de datos son las distintas maneras de obtener información. Son ejemplos de técnicas, la observación directa y la encuesta en sus modalidades (entrevistas o cuestionarios) el análisis documental y el análisis de contenido". Del mismo modo, Bernal (2006:54), comenta que:

> Una de las recopilaciones de datos más frecuentes son las fuentes primarias porque se percibe desde el lugar de los acontecimientos, provenientes de la organización, personas, sucesos y el ambiente en general. Por otra parte se refiere a las fuentes secundarias como la indagación proveniente de toda información referida al tema en estudio ya sean medios impresos, libros, revistas, noticieros y medios de comunicación.

Para obtener la información requerida para la investigación, las técnicas específicas para recopilar datos e información estarán compuesta por encuestas, y por supuesto, la revisión documental. De acuerdo con Arias (2006:54), la encuesta es un formato de interrogantes que tiene como propósito profundizar sobre las variables, dimensiones e indicadores relacionados con el problema.

Esta técnica se llevará a cabo, a través de un instrumento diseñado para dar respuestas al problema planteado. Se utilizará será el cuestionario; el cual consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir. En este sentido, Sabino (2000:102), señala que el cuestionario "…trata de requerir información a un grupo socialmente significativo de personas acerca de los problemas en estudio, para luego, mediante un análisis de tipo cuantitativo, sacar las conclusiones que se correspondan con los datos recogidos".

Según lo citado, se seleccionará este instrumento porque se basa en la ventaja de poder aplicarlo a varios sujetos o grupos a la vez; facilita la recolección de la información en el menor tiempo posible; puede ser aplicado por personas de poca experiencia; su administración no es costosa; y para su empleo no se requiere necesariamente la presencia del autor.

## Validez y Confiabilidad de los Instrumentos

Toda medición o instrumento de recolección de datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez. El diseño de los instrumentos es uno de los pasos más delicados en la investigación, pues su contenido permitirá recolectar los datos requeridos para cumplir con los objetivos.

### Validez

Este es un aspecto que debe determinar apropiadamente el investigador a fin de garantizar que el proceso de captación de datos sea el más idóneo y acorde a los objetivos que se hubiere planteado. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista (2006:243), indica lo que se cita a continuación "La validez se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir". En este sentido y en cuanto a este proceso de carácter investigativo, la validez del instrumento se determinará mediante la aplicación de la técnica denominada "Juicio de Experto", que consiste en obtener de tres especialistas en el área temática estudiada sus respectivas opiniones, y para lo cual se diseñará un formato donde cada uno de los especialistas dejaran constancia de sus observaciones, una vez revisados el instrumento y los objetivos de la investigación, logrando de esta manera perfeccionar y adecuar el instrumento a los objetivos.

Cabe señalar que, los especialistas serán en diseño, contenido y metodología que opinaran sobre cada ítem contenido en el instrumento en base a la escala determinada. Por lo tanto, con base en la operacionalización de variables, se

procederá a establecer en unidades de medida las variables que integran cada objetivo y que conformaran las preguntas respectivas, las cuales serán revisadas por el juicio de tres expertos, a los cuales se les entregará el cuerpo de objetivos, los instrumentos y la matriz de juicio para que emitan sus observaciones. En relación a pertinencias, coherencia, diseño con una escala de valoración. Luego de la revisión por parte de los expertos sobre el instrumento (cuestionario), el resultado fue de 3.91 y se mostró en el anexo correspondiente.

**Cuadro 2 Escala de Validez**

| Validez | Puntuación |
|---|---|
| **Deficiente** | 1 |
| **Regular** | 2 |
| **Bueno** | 3 |
| **Óptimo** | 4 |

Fuente: El autor (2015)

**Confiabilidad**

Para Hernández, Fernández y Baptista. (2008:235), la confiabilidad de un instrumento:

> Se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados. La confiabilidad de un instrumento se refiere a la constitución interna de las personas, a la mayor o menor acescencia de errores de medida. Un instrumento confiable significa que si lo aplicamos por más de una vez a un mismo elemento entonces obtendríamos iguales resultados.

La confiabilidad del instrumento se midió en forma cuantitativa a través de la aplicación de una prueba piloto, cuyos datos se tomaron para calcular el coeficiente Kuder Richardson (KR-20), esta técnica es solo aplicable en aquellos casos en que las respuestas a cada ítem puedan calificarse de forma afirmativa o negativa (correcto-incorrecto, presente-ausente, a favor-en contra, etc.) dicho coeficiente se utilizó por cuanto el mismo se adapta a las respuestas el instrumento diseñado, emitiendo éste solo dos tipos de respuestas, afirmativas o negativas, dicho coeficiente opera con la siguiente fórmula:

$$r = \frac{k}{k-1}\left[\frac{S_{t^2} - \sum piqi}{S_{t^2}}\right]$$

Dónde:

K= número de ítems del instrumento.

p= Porcentaje de personas que responde correctamente cada ítem

q= Porcentaje de personas que responde incorrectamente cada ítem.

$S_{t^2}$ = Varianza de los puntajes totales.

Este coeficiente permitió determinar la varianza total de los ítem o preguntas y produjo valores que oscilan entre cero (0) y uno (1), es decir de confiabilidad nula a confiabilidad total, donde cada ítem con respuesta incorrecta se calificó con cero (0) mientras que uno (1) se utilizó para respuestas correctas. El valor resultante de la información obtenida a través del instrumento fue cotejada con los criterios de decisión de confiabilidad, la cual según Hernández, Fernández y Baptista, (2008), esta descrita de la siguiente manera:

**Cuadro 3 Criterio de Decisión de Confiabilidad**

| Rango | Confiabilidad (Dimensión) |
|---|---|
| 0,80 - 1 | Muy Alta |
| 0,61 - 0,80 | Alta |
| 0,41 - 0,60 | Mediana |
| 0,20 - 0,40 | Baja |
| 0 - 0,20 | Muy Baja |

Fuente: Hernández, Fernández, y Baptista, (2008)

Los coeficientes de confiabilidad se interpretan como una correlación, considerándose que valores superiores a 0,75 indican alta confiabilidad. La ventaja de la técnica Kuder – Richardson es que permite calcular la confiabilidad con una sola aplicación del instrumento y no requiere el diseño de pruebas paralelas. El resultado de su aplicación fue de 0.98 el mismo fue demostrado en el anexo respectivo.

## Técnicas de Análisis de Datos

Según Sabino (2000:192), "El análisis de los datos tiene como objetivo final construir con ellos tablas, cuadros estadísticos, promedios generales y gráficos ilustrados de tal modo que sinteticen valores y a partir de estos establecer enunciados teóricos". Adicionalmente, Arias (2006:111), plantea que "en lo referente al análisis se definirán las técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis y síntesis o estadísticas descriptivas o inferenciales) que serán empleadas para descifrar lo que revelan los datos que sean escogidos".

De esta manera, el análisis de los datos es aquel que permite al investigador el registro de los mismo, a través de los instrumentos diseñados; en este sentido los

datos recolectados se procesaran para llegar así a conclusiones que apunten a esclarecer el problema planteado anteriormente.

Para el análisis minucioso y cuantitativo de los instrumentos que serán aplicados en la presente investigación se emplearan la técnica de tabulación, con el objeto de determinar los valores y porcentajes en cada pregunta del cuestionario, representado en la tabla de frecuencia y en gráficos de tipo circular. De acuerdo a lo antes mencionado. Para Tamayo y Tamayo (2009:210), las técnicas y análisis de datos están definidas como "la elaboración matemática de los datos recolectados ya que se cuantifican y se tratan estadísticamente, nos permitirá llegar a conclusiones".

El cuanto al análisis cualitativo según Sabino (2000:215) se refiere: "Al que se procede hacer con la información de tipo verbal, que de un modo general aparece durante la aplicación del instrumento, una vez calificada ésta es preciso tomar cada uno de los grupos formados para analizar" . Una vez clasificados y codificados los datos, se procederá a analizarlos para su interpretación a fin de dar justo valor a cada planteamiento hecho por los encuestados, lo que permitirá verificar o rechazar la solución a la problemática planteada.

## Procedimiento para la Investigación

Una vez que se ha seleccionado el tipo de investigación en la cual se establecen los lineamientos a seguir en la elaboración de la Propuesta del Proyecto, se procederá a la recolección, procesamiento y análisis de la información, la misma estará estructurada en un conjunto de fases que se muestran a continuación:

**Levantamiento de la Información**.

Se logró a través de los siguientes métodos: Consultas Bibliográficas. Se realizó una revisión documental, a través de la cual se obtuvo la información necesaria para la investigación, logrando conformar un basamento teórico, primordial para dar comprensión y apoyo a la propuesta de proyecto planteada. En este sentido se realizaron consultas las leyes Venezolanas, textos relacionados con La Responsabilidad Social Empresarial, Balance Social, Información Financiera, Contabilidad de Gestión. Durante el proceso se realizaron entrevistas estructuradas en la cual se formó un patrón de preguntas establecidas y se siguió un orden planteado con anterioridad. Las preguntas de las entrevistas estructuradas representaron temas relacionados a las variables de estudio, en cuanto al problema planteado.

**Análisis de la situación actual.**

Una de las fases primordiales para la elaboración del trabajo de grado fue la realización de un análisis que permitió evaluar la situación de las empresas en materia de Información Financiera y La Responsabilidad Social Empresarial, esto con la finalidad de poder identificar cuáles son los factores involucrados en el proceso.

**Definición de requerimientos.**

Otra fase para el desarrollo del proyecto consistió en la delimitación del área de estudio y la población con la que se trabajó, así como la elaboración de formatos

necesarios para recolectar la información relevante y de mucha importancia para dar respuestas al problema planteado.

**Selección y construcción de los Instrumentos de recolección de datos.**

Se determinaron las técnicas y los instrumentos a utilizar y su posterior elaboración y validación, de modo que sirvan de base para la recopilación de datos acerca del objeto de estudio.

**Aplicación de los instrumentos y análisis de los resultados**

Se realizaron encuestas estructuradas de acuerdo el instrumento diseñado para tal fin a las personas que conforman la muestra con la finalidad de conocer su opinión en lo referente a los procesos de RSE aplicados en las empresas, de esta manera se analizaron las debilidades de los mismos.

**Diseño de la Propuesta.**

En esta fase se diseñó la propuesta, conformada por su justificación, fundamentación, objetivos, estructura, administración y factibilidad. Con la misma se trata de presentar a la organización una solución viable a la problemática planteada.

**Conclusiones y Recomendaciones Finales.**

En la cual, se presentaron algunas recomendaciones de gran importancia para mejorar la gestión basados en la Responsabilidad Social Empresarial para la valoración Financiera de la Información Contable en empresas manufactureras del sector plástico, ubicadas en el Estado Aragua.

# CAPÍTULO IV

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En esta parte del estudio se presentan los resultados, de acuerdo con los objetivos planteados, mediante el análisis e interpretación de los datos, lo que definió el diagnóstico que sirvió de sustento a la propuesta que aquí se presenta. Cabe entonces señalar lo que al respecto establece Balestrini (2008:149):

> El propósito del análisis e interpretación es resumir las observaciones llevadas a cabo de forma tal que proporcionen respuestas a las interrogantes de las investigaciones. Este proceso implica el establecimiento de categorías, la ordenación y manipulación de los datos para resumirlos y poder sacar algunos resultados en función de las interrogantes de la investigación.

Estos datos fueron fundamentales, porque a través de los mismos se obtuvo una visión precisa de la situación problemática que orientó el diseño de la propuesta. Seguidamente, y en función a los objetivos específicos de la investigación, se presentan los resultados alcanzados con la aplicación del instrumento. En fin, los resultados de la investigación dependen del nivel de análisis al que se sometan los datos recabados, ya que estos por si solos no aportan un verdadero conocimiento y menos la solución al problema planteado; por tal razón, debe incluirse técnicas de análisis para el tratamiento de la información a través del instrumento utilizado por el investigador (cuestionario).

**Objetivo Específico 1.** Diagnosticar desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial la situación actual de las empresas del Sector Plástico.

**Ítem 1.** ¿La Empresa posee un Código de Ética o de Conducta?

**Cuadro 4 Código de Ética**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 8 | **73%** |
| **No** | 3 | **27%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

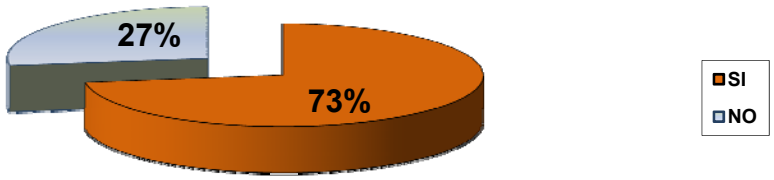


**Gráfico 1 Código de Ética.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

En relación con los datos que aporta este primer gráfico, el setenta y tres por ciento (73%) de los encuestados respondió que su empresa cuenta con un código de ética, el cual fija las normas que regulan los comportamientos del personal dentro de la empresa u organización. Aunque la ética no es coactiva (no impone castigos legales), el código de ética supone una normativa interna de cumplimiento obligatorio. Por su parte, el veintisiete por ciento (27%) restante opinó lo contrario.

**Ítem 2.** ¿Cuentan con un Proceso de Gestión del Desempeño?

**Cuadro 5 Gestión del Desempeño**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 8 | **73%** |
| **No** | 3 | **27%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

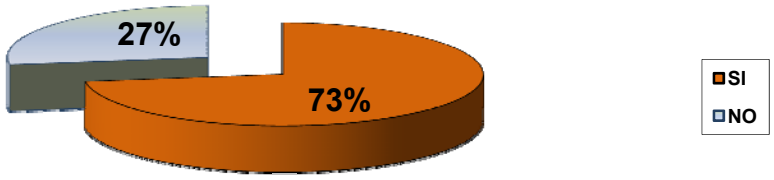


**Gráfico 2. Gestión del Desempeño.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

En cuanto a los resultados arrojados por el presente gráfico, se puso en evidencia que el mismo setenta y tres por ciento (73%) de los encuestados estuvo de acuerdo en que las empresas donde laboran cuentan con un Proceso de Gestión del Desempeño, en tanto que el restante veintisiete por ciento (27%) señaló lo contrario. Cabe mencionar que, el proceso de gestión de desempeño constituye una de las vías para lograr el avance hacia la excelencia de éstas, sino también de la economía y la sociedad en general.

**Ítem 3.** ¿Cumplen con Ley del Instituto para la Capacitación y Recreación de los Trabajadores?

**Cuadro 6 Normativas de Ley**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 7 | **64%** |
| **No** | 4 | **36%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

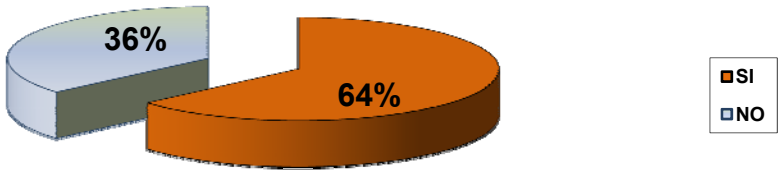


**Gráfico 3. Normativas de Ley.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Al observar los resultados arrojados por el gráfico 3, el sesenta y cuatro por ciento (64%) de la muestra seleccionada respondió que cumple con la Ley del Instituto para la Capacitación y Recreación de los Trabajadores, por su parte, el restante treinta y seis por ciento (36%) respondió lo contrario, siendo esto una debilidad para sus organizaciones. Al respecto, cabe mencionar que el fin de esta ley es incorporar la utilización del tiempo libre, descanso, recreación y turismo social como componente constitutivo de la calidad de vida de los trabajadores.

**Ítem 4.** ¿Son conscientes sus empleados de los valores organizacionales?

**Cuadro 7 Valores organizacionales**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 5 | **45%** |
| **No** | 6 | **55%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

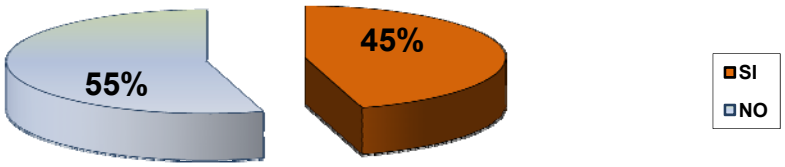


**Gráfico 4. Valores organizacionales.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

De acuerdo a los resultados obtenidos se logró evidenciar que el cincuenta y cinco por ciento (55%) de la muestra no tiene conocimiento claro de los valores organizacionales de su empresa, en tanto que, el cuarenta y cinco por ciento (45%) restante respondió que si los conoce. El buen o mal funcionamiento de una organización está determinado por la solidez de sus valores, los cuales funcionan como una especie de sistema operativo que indica la forma adecuada para solucionar necesidades, y permite asignarle prioridad a cada una. Los valores organizacionales proporcionan un sentido de dirección común para todos los miembros y establecen directrices para su compromiso diario.

**Ítem 5.** ¿Se mantiene una actitud de respeto y colaboración con los empleados?

**Cuadro 8 Respeto y colaboración**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 4 | **36%** |
| **No** | 7 | **64%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

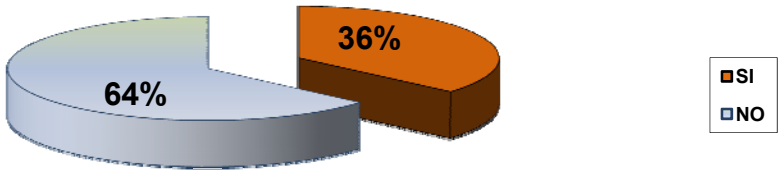


**Gráfico 5. Respeto y colaboración.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Tal como lo señala el gráfico 5, el sesenta y cuatro por ciento (64%) de la muestra objeto de estudio, respondió que no cuentan con una actitud de respeto y colaboración por parte de los empleados, lo que ocasiona debilidades y bajo desempeño en los trabajadores. Por su parte, el treinta y seis por ciento (36%) restante dijo que su personal mantiene una actitud positiva en su desempeño, lo que se refleja en el desarrollo eficiente de la misma.

**Ítem 6.** ¿Las instalaciones se mantienen limpias?

**Cuadro 9 Instalaciones limpias**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 9 | **82%** |
| **No** | 2 | **18%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

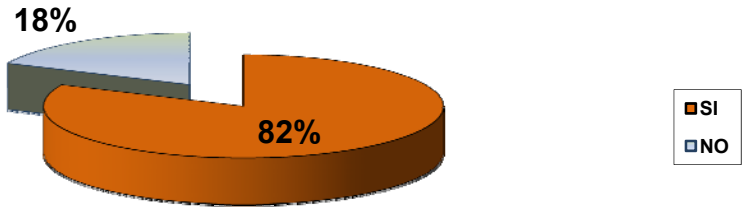


**Gráfico 6. Instalaciones limpias.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Al respecto la mayoría de los encuestados, esto es el ochenta y dos por ciento (82%) respondió que las instalaciones de su organización se mantienen limpias. Solo un dieciocho por ciento (18%) considero que no lo están. El objetivo de mantener las instalaciones limpias es poder brindar un ambiente adecuado al personal para lograr un alto desempeño, así como fomentar valores y contribuir con la formación integral de los mismos.

**Ítem 7.** ¿Conoce cuál es el Impacto de la Empresa en la sociedad?

**Cuadro 10 Impacto de la Empresa en la sociedad**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 4 | **36%** |
| **No** | 7 | **64%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

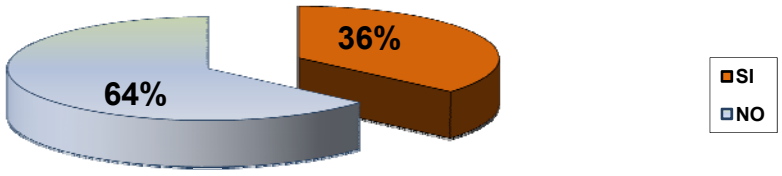


**Gráfico 7. Impacto de la Empresa en la sociedad.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Al igual que en la gráfica anterior, el sesenta y cuatro por ciento (64%) de la muestra señalo no conocer el Impacto de la Empresa en la sociedad, solo el treinta y seis por ciento (36%) restante manifestó lo contrario. El impacto social de la empresa (ISE) se concentra en identificar y potenciar el papel social de la empresa desde su quehacer propio. Qué, cómo y a quién producir son preguntas fundamentales para la reflexión en el día a día de la actividad empresarial.

**Objetivo Específico 2** Identificar los indicadores económicos financieros como instrumento de medición de la Responsabilidad Social Empresarial.

**Ítem 8.** ¿Existen políticas de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa?

**Cuadro 12 Políticas de Responsabilidad Social Empresarial**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 4 | **36%** |
| **No** | 7 | **64%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

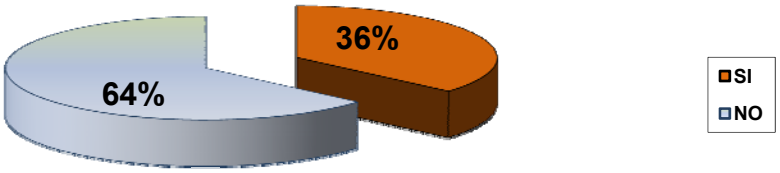


**Gráfico 8. Políticas de Responsabilidad Social Empresarial.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Al respecto, el sesenta y cuatro por ciento (64%) de los encuestados consideró que no cuentan con políticas de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa, solo el treinta y seis por ciento (36%) opinó que si existen en su organización. Este porcentaje es representativo y se debe considerar, ya que dichas políticas pueden coadyuvar a desarrollar una nueva cultura empresarial con más ética, pero las mismas no garantizan un comportamiento responsable en lo que a Gestión de Riesgos Laborales se refiere, lo que implica considerar en todos los casos la existencia de un sistema de gestión específico.

**Ítem 9.** ¿Cuenta con organización y calidad de trabajo?

**Cuadro 13 Organización y calidad de trabajo**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 7 | **64%** |
| **No** | 4 | **36%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

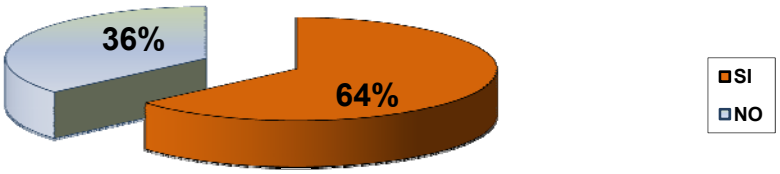


**Gráfico 9. Organización y calidad de trabajo.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Como puede apreciarse el sesenta y cuatro por ciento (64%) de los encuestados consideró que sus organizaciones cuentan con organización y calidad de trabajo, en tanto que el treinta y seis por ciento (36%) restante contestó lo contrario. La organización y la calidad de trabajo es un aspecto relevante ya que de allí dependerá el logro de los objetivos organizacionales y el desempeño eficiente del personal al sentirse apreciado por la empresa para la cual labora.

**Ítem 10.** ¿Los trabajadores tienen derechos de participación en la empresa?

**Cuadro 14 Derechos de participación**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 4 | **36%** |
| **No** | 7 | **64%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

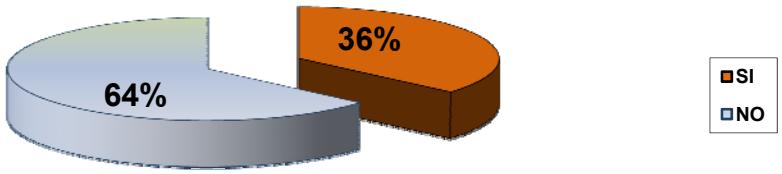


**Gráfico 10. Derechos de participación.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

En cuanto a que si los trabajadores tienen derechos de participación en la empresa, el sesenta y cuatro por ciento (64%) de los encuestados contestó que no cuentan con este; Sin embargo, el treinta y seis por ciento (36%) restante consideró que si tienen participación en la organización. El tomar en cuenta al personal para la toma de decisiones crea sentido de pertenencia en el mismo ya que se siente tomao en cuenta y por lo tanto se refleja en su desempeño.

**Ítem 11.** ¿La empresa cuenta con suficiente liquidez para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo?

**Cuadro 15 Liquidez**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 5 | **45%** |
| **No** | 6 | **55%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

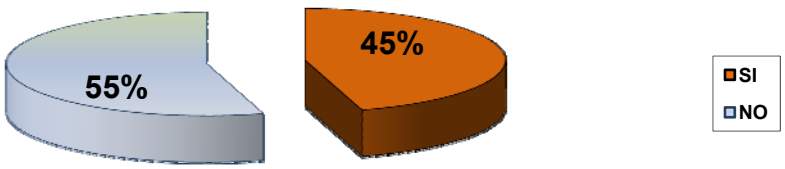


**Gráfico 11. Liquidez.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Al respecto, el cincuenta y cinco por ciento (55%) de los encuestados respondió que la empresa no cuenta con suficiente liquidez para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo. Solo el cuarenta y cinco por ciento (45%) opinó lo contrario. El análisis de la situación financiera a corto plazo trata de evaluar la capacidad de la empresa de hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. Es necesario por lo tanto medir la liquidez del activo, o lo que es lo mismo, la capacidad de los elementos que lo componen para transformarse en efectivo con el que pagar las deudas. Para ello analizaremos el Fondo de maniobra y la relación que existe entre sus componentes.

**Ítem 12.** ¿Cumple puntualmente con los pagos a sus proveedores y conforme a las condiciones acordadas?

**Cuadro 16 Pago a sus proveedores**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 5 | **45%** |
| **No** | 6 | **55%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

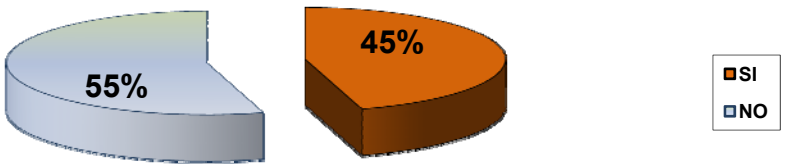


**Gráfico 12. Pago proveedores.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:** Al respecto, vuelve a presentarse la misma proporción del ítem anterior; ya que el cincuenta y cinco por ciento (55%) de los encuestados no cumple puntualmente con los pagos a sus proveedores y conforme a las condiciones acordadas, solo el cuarenta y cinco por ciento (45%) opinó lo contrario ya que honra sus compromisos en el momento acordado. Por su parte, la falta de puntualidad en los pagos puede mermar la confianza del proveedor en la empresa lo que puede implicar unos gastos financieros adicionales.

**Ítem 13.** ¿Es política de la empresa verificar la procedencia y calidad de las Materias Primas e Insumos?

**Cuadro 17 Calidad de las Materias Primas e Insumos**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 11 | **100%** |
| **No** | 0 | **0%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

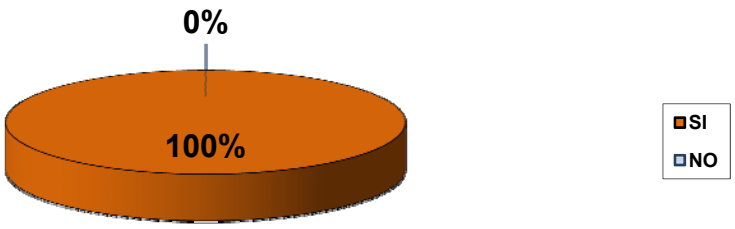


**Gráfico 13. Calidad de las Materias Primas e Insumos.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Tal y como lo evidencia la totalidad de la muestra encuestada, esto es el cien por ciento (100%) respondió que es política de la empresa verificar la procedencia y calidad de las Materias Primas e Insumos, ya que de esta depende la calidad de sus productos, aunque es menester acotar que en este tiempo no existen muchas opciones en el mercado debido a la falta de divisas para este sector productivo.

**Ítem 14.** ¿La Empresa cuenta con un Contrato Colectivo?

**Cuadro 18 Contrato Colectivo**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 8 | **73%** |
| **No** | 3 | **27%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

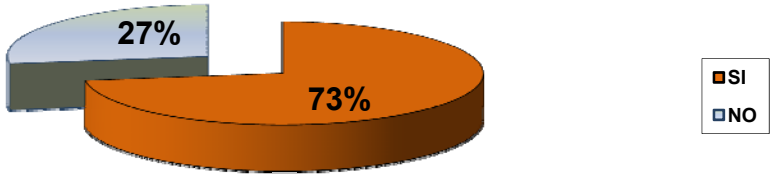


**Gráfico 14. Contrato Colectivo.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

De acuerdo a lo que se evidencia en el presente gráfico, el setenta y tres por ciento (73%) de los encuestados cuentan con una contratación colectiva en su organización. Por su parte, el veintisiete por ciento (27%) restante opinó lo contrario. Cabe mencionar que, contar con un contrato colectivo permite garantizar mejores condiciones de trabajo en función de la armonía entre ambas partes y los intereses de los factores de la producción.

**Ítem 15.** ¿La Empresa posee herramientas de medición de la Gestión Social?

**Cuadro 19 Herramientas de medición de la Gestión Social**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 3 | **27%** |
| **No** | 8 | **73%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

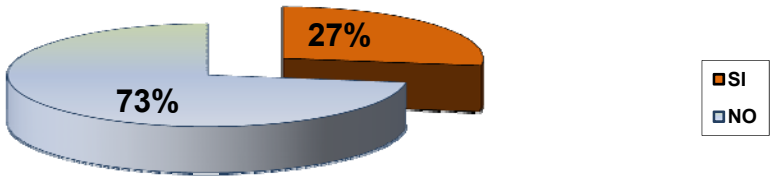


**Gráfico 15. Herramientas de medición de la Gestión Social.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Tal y como se evidencia, la mayoría de los encuestados esto es el setenta y tres por ciento (73%) considero que no cuentan con herramientas que midan la Gestión Social de su organización, solo el veintisiete por ciento (27%) dijo lo contrario. La Responsabilidad Social Empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad, de allí su importancia y la necesidad de medir su acción.

**Objetivo Especifico 3** Establecer los requerimientos necesarios para la valoración financiera de la Información contable en las empresas del Sector Plástico.

**Ítem 16.** ¿Cumple con los lineamientos de la Lopcymat?

**Cuadro 20 Lopcymat**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 11 | **100%** |
| **No** | 0 | **0%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

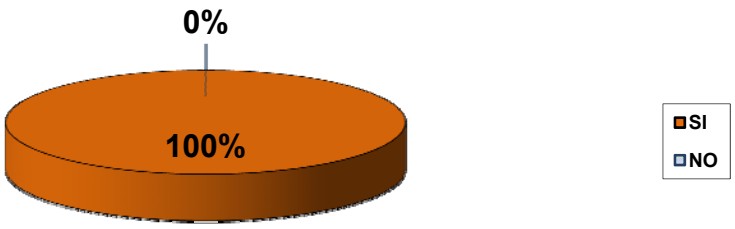


**Gráfico 16. Lopcymat.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Al respecto, la totalidad de los encuestados esto es el cien por ciento (100%) respondió que su organización es respetuosa del cumplimiento de la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo. Las empresas que no tienen estos programas en Venezuela están en la obligación de llevarlos a cabo, para cumplir con derechos humanos En síntesis, todas las empresas venezolanas (públicas, privadas, cooperativas, edificios con trabajadores residenciales, asociaciones civiles, con fines de lucro o sin fines de lucro) deben cumplir lo establecido en la misma.

**Ítem 17.** ¿Cumple la Empresa con la Ley de Personas con Discapacidad?

**Cuadro 21 Ley de Personas con Discapacidad**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 9 | **82%** |
| **No** | 2 | **18%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

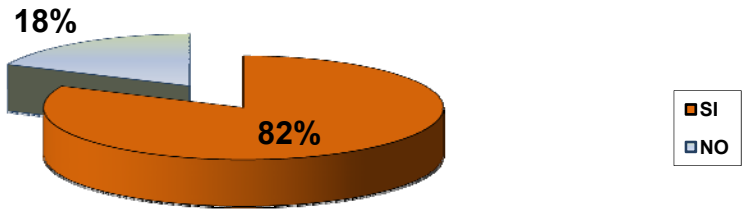


**Gráfico 17. Ley de Personas con Discapacidad.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

En cuanto al cumplimiento de la Ley de Personas con Discapacidad en la que se garantiza el desarrollo integral de las personas con discapacidad de manera plena y autónoma, de acuerdo con sus capacidades, para lograr la integración a la vida laboral de los mismos. De acuerdo al resultado obtenido el ochenta y dos por ciento (82%) de los encuestados opinó que cumplen con dicha normativa, solo el dieciocho por ciento (18%) se encuentra fuera de ley.

**Ítem 18.** ¿Cumple con las declaraciones y pago de los Impuestos Nacionales y Municipales?

**Cuadro 22 Declaraciones de Impuesto**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 11 | **100%** |
| **No** | 0 | **0%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

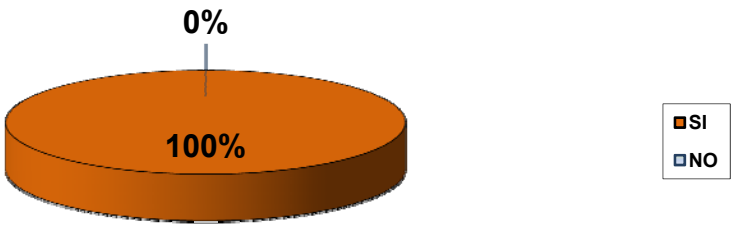


**Gráfico 18. Declaraciones de Impuesto.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Al respecto el cien por ciento (100%) de la muestra objeto de estudio respondió que cumplen con las declaraciones y pago de los Impuestos Nacionales y Municipales. Es importante cumplir con el compromiso constitucional de contribuir con las cargas públicas, para que así el Gobierno Nacional pueda disponer de los recursos necesarios para propiciar el bienestar social de la colectividad y de los proyectos nacionales, así como evitar cualquier tipo de sanción.

**Ítem 19.** ¿Cumple con los pagos del Fona, Ley del Deporte y LOCTI?

**Cuadro 23 Fona, Ley del Deporte y LOCTI**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 11 | **100%** |
| **No** | 0 | **0%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

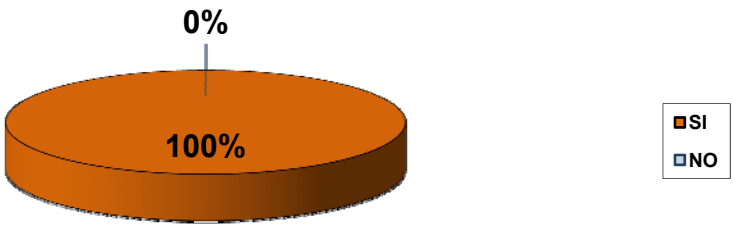


**Gráfico 19. Fona, Ley del Deporte y LOCTI.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Se mantiene la misma proporción en cuanto al cumplimiento de los deberes en cuanto a la Fona, Ley del Deporte y LOCTI, tal y como lo manifiesta el cien por ciento (100%) de los encuestados. Las empresas están conscientes de que deben estar al día con las exigencias y normativas legales a nivel nacional y municipal, ya que de esto dependerá su continuidad en el mercado productivo venezolano.

**Ítem 20.** ¿La Empresa está registrada Cámaras Empresariales y/o Asociaciones?

**Cuadro 24 Cámaras Empresariales y/o Asociaciones**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 11 | **100%** |
| **No** | 0 | **0%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

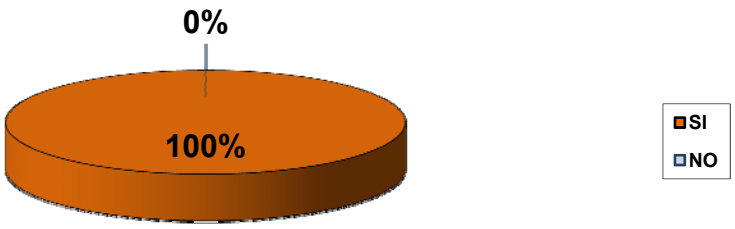


**Gráfico 20. Cámaras Empresariales y/o Asociaciones.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

La totalidad de la muestra objeto de estudio, esto es el cien por ciento (100%) dijo que su organización está registrada a Cámaras Empresariales y/o Asociaciones, en este caso específico, los encuestados coincidieron que están suscritos a la Asociación Venezolana de Industrias Plásticas la cual consideran un portal para estar en frecuencia con las noticias de interés del sector.

**Ítem 21.** ¿Existe un departamento de atención al cliente?

**Cuadro 25 Departamento de Atención al Cliente**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 4 | **36%** |
| **No** | 7 | **74%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

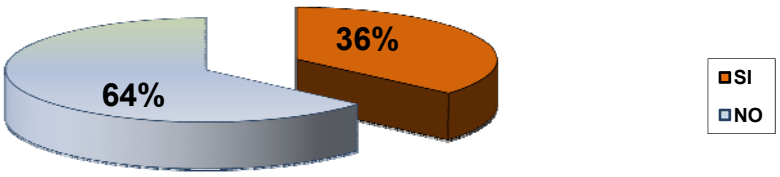


**Gráfico 21. Departamento de Atención al Cliente.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

En cuanto a lo que evidencia el presente gráfico el setenta y cuatro por ciento (64%) de las empresas consultadas respondió que no cuentan con un departamento de Atención al Cliente, en tanto que el treinta y seis por ciento (36%) restante dijo que su organización si cuenta con dicho departamento. Esta relación puede deberse a que por ser empresas manufactureras le dan poca importancia a esta área, ya que sus ventas no son directas y no lo considera.

**Ítem 22.** ¿Llevan registro de capacitación del personal?

**Cuadro 26 Capacitación del personal**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 11 | **100%** |
| **No** | 0 | **0%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

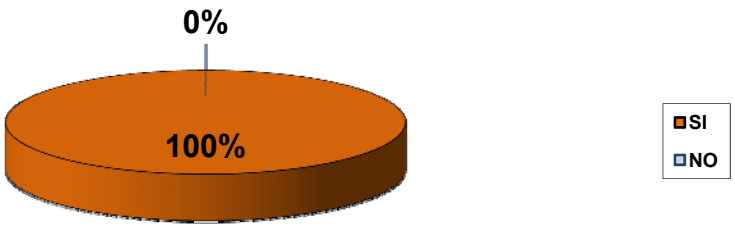


**Gráfico 22. Capacitación del personal.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Tal y como lo evidencia el cien por ciento (100%) de los encuestados respondió que se lleva un registro de las capacitaciones del personal realizadas en la organización. Cabe mencionar que, es necesario llevar una planificación coordinada de todas las actividades que se realizan en cuanto a esta área ya que esto permitirá conocer las debilidades existentes, contar con un personal capacitado aportará a las empresas un personal mejor preparado, adiestrado, el cual permitirá sobresalir con grandes estándares de calidad y la toma de buenas decisiones.

**Ítem 23.** ¿Existe una Cuenta de Provisión donde se puedan observar los registros Contables realizados por concepto de Responsabilidad Social Empresarial?

**Cuadro 27 Cuenta de Provisión**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 11 | **100%** |
| **No** | 0 | **0%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

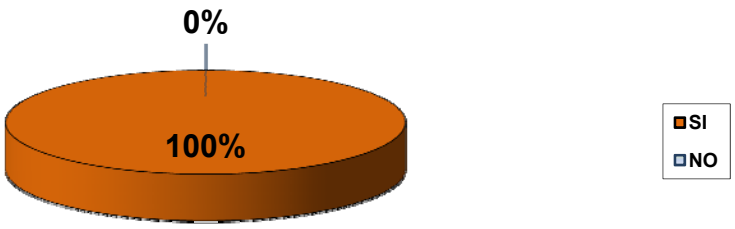


**Gráfico 23. Cuenta de Provisión.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

En cuanto a la existencia de una Cuenta de Provisión donde se puedan observar los registros Contables realizados por concepto de Responsabilidad Social Empresarial, el cien por ciento (100%) de la muestra encuestada contestó de manera afirmativa, ya que en su plan de cuentas es considerada dicha asignación. Todas estas partidas deben ser incluidas dentro de la contabilidad financiera tradicional, con el fin de apoyar el continuo perfeccionamiento de la información contable.

**Ítem 24.** ¿La empresa cuenta con un Sistema de Información adaptado a las nuevas demandas contables?

**Cuadro 28 Sistema de Información**

| Opciones | Frecuencia Absoluta | Frecuencia Relativa |
|---|---|---|
| **Si** | 6 | **55%** |
| **No** | 5 | **45%** |
| **Total** | **11** | **100%** |

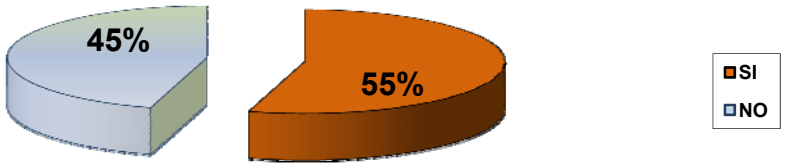


**Gráfico 24. Sistema de Información.** Elaborado con los datos tomados del cuestionario.

**Análisis:**

Finalmente, se pudo evidenciar que solo el cincuenta y cinco por ciento (55%) de la muestra objeto de estudio cuenta con un Sistema de Información adaptado a las nuevas demandas contables, un importante cuarenta y cinco por ciento (45%) opinó que su sistema está un poco fuera de los requerimientos actuales. Los Sistemas de Información han cambiado la forma en que operan las organizaciones actuales. A través de su uso se logran importantes mejoras, pues automatizan los procesos operativos, suministran una plataforma de información necesaria para la toma de decisiones y, lo más importante, su implantación logra ventajas competitivas o reducir la ventaja de los rivales.

# CAPÍTULO V

## LA PROPUESTA

La RSE se está convirtiendo en uno de los mayores retos que deben enfrentar los sectores privado, público y la sociedad civil. Por tal razón, ante el incremento de las privatizaciones a nivel mundial, y la reducción de la participación gubernamental como única instancia para asegurar el bienestar social, las empresas se enfrentan a un mayor nivel de impacto de responsabilidad social. En tal sentido, el propósito de la propuesta es el de presentar una serie de lineamientos de gestión basados en la Responsabilidad Social Empresarial para la valoración Financiera de la Información Contable en las empresas manufactureras del sector plástico, ubicadas en el Estado Aragua.

Esta propuesta tiene como utilidad asegurar a este sector empresarial, el conocimiento consistente de sus resultados operacionales y determinar si se están logrando los objetivos a corto y largo plazo con respecto a la RSE, igualmente permitirá hacer las correcciones en caso de alguna desviación, ya que su finalidad es la de evidenciar la necesidad de tomar acciones para alcanzar los objetivos previstos y mejorar los procesos e igualmente asignar responsabilidades y facilitar la comunicación entre los distintos niveles directivos permitiendo mejorar los resultados.

La Contabilidad debe tomarse como una disciplina que debería contribuir al aumento de la responsabilidad social a través de la estructuración de sistemas de información contable que permitan efectuar un seguimiento adecuado del manejo de los recursos y de los impactos sociales de las organizaciones hacia adentro y hacia el contexto general.

La responsabilidad social implica una habilidad que la empresa va adquiriendo a partir del buen ejercicio de su gestión ética en los diferentes ámbitos de actuación que atraviesa. Una empresa que define los principios orientadores de su actuar basados en prácticas transparentes y éticas, y establece procedimientos para que se apliquen en toda su gestión, permite que su negocio sea socialmente responsable.

El diseño de los lineamientos de gestión basados en la Responsabilidad Social Empresarial están fundamentados en los resultados obtenidos del diagnóstico realizado, así como en los hallazgos teóricos inferidos por el investigador. Además fueron elaborados siguiendo las técnicas y procedimientos establecidos por los diferentes autores expertos en la materia.

Así mismo, inducen a una serie de resultados que favorecen tanto a la gerencia como a la administración de las organizaciones, alineación de los empleados hacia la visión, comunicación hacia todo el personal de los objetivos y su cumplimiento, redefinición de la estrategia en base a resultados, traducción de la visión y estrategias en acción, la creación de valor futuro, integración de diversas áreas de negocio, relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial para la valoración Financiera de la Información Contable en las empresas.

## Objetivos de la Propuesta

### Objetivo General

Ofrecer una herramienta de comunicación y evaluación del comportamiento socialmente responsable de las empresas manufactureras del sector plástico, ubicadas en el Estado Aragua.

**Objetivos Específicos**

Definir lineamientos de gestión basados en la Responsabilidad Social Empresarial alineados a los requerimientos de las organizaciones.

Promover el interés de las empresas manufactureras del sector plástico para adoptar la Responsabilidad Social en su estrategia y cultura organizacional.

Formular indicadores a partir de los cuales se puedan formular y planificar estrategias de RSE.

## Estructura de la Propuesta

La propuesta fue estructurada de acuerdo al diagnóstico obtenido de la situación actual de las empresas manufactureras del sector plástico, ubicadas en el Estado Aragua, los resultados permitieron establecer los requerimientos y necesidades de las mismas, así como el nivel de desempeño de sus organizaciones. Por otra parte se ofrecen, en cada uno de los objetivos, posibles alternativas a ser adoptadas por las empresas, todo ello con el fin de lograr el cumplimiento del objetivo general planteado en la propuesta.

Este impacto puede ser medido a partir de los siguientes aspectos claves para la sostenibilidad de la organización:

- Realizar todas las actividades con mayor eficiencia: Teniendo en cuenta que la eficiencia siempre va a estar vinculada a las cualidades técnicas de la organización y administración de la misma, lo que se busca es medirla en los siguientes puntos: buen uso de materiales, control de desperdicios, disminución de robos, mayor calidad de los trabajadores y compromiso con sus funciones; generando así un mejoramiento

de la calidad del producto y en consecuencia una disminución de los costos de garantía.

- Reflejar el Reconocimiento Organizacional: Teniendo en cuenta que este sector es altamente competido en el país, buscando con todo esto posicionarlo como líder en el tema de responsabilidad social empresarial donde las distintas empresas del sector obtenga reconocimientos por sus prácticas socialmente responsables.

- Retribución organizacional: A partir de los actos de responsabilidad social que se desarrollen hacia su recurso humano, éstos se deben ver reflejados con una compensación a través del mejor hacer de cada uno de sus trabajadores, logrando así la compensación de las partes. Además, el personal de las distintas organizaciones deberá colaborar con:

El compromiso con la organización
Mejorar su calidad en el trabajo
Mayor aporte cognitivo
Alto grado de compromiso y permanencia
Mayor disponibilidad laboral
Lealtad y Confianza
Los que sean necesarios

Por su parte, en cuanto al modelo para medir el balance social de las organizaciones, está estructurado en ocho categorías, cada una de las cuales incluye a su vez varias sub-categorías. Paralelamente para cada sub-categoría se ha diseñado un grupo de medidas específicas.

**Indicaciones para completar la Herramienta de Medición**

Con la finalidad de facilitar la recopilación de la información, la herramienta está dividida por áreas organizativas. De tal manera que la distribución y la carga para completar la herramienta este distribuida entre los ejecutivos responsables: Gerencia

General, Finanzas, Recursos Humanos, Responsable de RSE o Proyectos Sociales, Operaciones, Calidad y Logística, así como Atención al Cliente. Para esto es necesario tomar en consideración el tamaño de la empresa, la industria y la estrategia particular de cada negocio.

| | |
|---|---|
| **Gerencia General** | Política de Transparencia y Eficacia de Ejecución<br>Transparencia en Reportes Formales<br>Calidad y Frecuencia de Reportes Sociales<br>Participación en Organizaciones Sectoriales<br>Comunicación y Promoción de Estándares |
| **Finanzas** | Cumplimiento de Obligaciones Tributarias<br>Niveles de Inversión |
| **Recursos Humanos** | Cumplimiento de Legislación Laboral<br>Existencia y Ejecución de Código de Ética<br>Programas de Capacitación<br>Inversión en Formación de Colaboradores<br>Políticas de Promoción Interna<br>Sistemas de Evaluación y Retroalimentación<br>Relación de Productividad - Compensación<br>Manejo de Despidos y Relaciones de Personal<br>Sistemas de Seguridad Social y Pensiones<br>Salud y Seguridad Ocupacional<br>Subsidios a Colaboradores<br>Clima Organizacional y Rotación de Personal<br>Generación de Empleo Directo e Indirecto<br>Voluntariado de Colaboradores en la Comunidad<br>Proyección a las familias |
| **Responsable de RSE** | Contribuciones y Apoyo a Proyectos Locales<br>Desarrollo de Infraestructura Pública y Compartida<br>Respeto al patrimonio Socio-Cultural-Ambiental<br>Apoyo de Instituciones del Estado y ONGs Sociales<br>Colaboración con Universidades |
| **Operaciones y Calidad** | Cumplimiento de Parámetros Ambientales<br>Cumplimiento de Parámetros de Productos y Seguridad Industrial<br>Políticas de Seguridad en el Trabajo<br>Frecuencia y Manejo de Accidentes Laborales<br>Manejo de Desechos, Aguas y Emisiones |
| **Logística y Atención al Cliente** | Proyección de Responsabilidad Social a Clientes y Proveedores<br>Ciclo de Vida del Producto |

**Descripción del Cuestionario:** Antes de iniciar con la descripción del cuestionario, es necesario incluir, como parte inicial, la información general de la

empresa, la cual incluye: nombre de la empresa, sector o giro del negocio y el número de empleados.

**Instrumento de Evaluación del Nivel Cualitativo de RSE**

| | Indicadores de Calidad de Vida en la Empresa | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Cuenta con un **código de ética** publicado en un documento el cual comparte y difunde y lo utiliza para resolver sus controversias al interior y exterior de la misma. | | | | | |
| 2 | Identifica y articula **políticas** para que ese código de ética se refleje en sus prácticas cotidianas. | | | | | |
| 3 | Fomenta el **trabajo en equipo**, la participación en la toma de decisiones y el sentido de comunidad con políticas y acciones concretas entre su personal. | | | | | |
| 4 | Cuenta con mecanismos e instrumentos para escuchar y responder las **sugerencias, ideas, peticiones y reclamaciones** de los empleados. | | | | | |
| 5 | Cuenta con un plan para el desarrollo de los empleados, la calidad de vida de sus familias y/o **prestaciones superiores a las de ley**. | | | | | |
| 6 | Implementa programas que refuerzan la **seguridad y la salud** de su personal en el lugar de trabajo. | | | | | |
| 7 | Cuenta con mecanismos e instrumentos que favorecen el desarrollo de actitudes y habilidades en su personal a través de **apoyos educativos** y de **capacitación**. | | | | | |
| 8 | Aplica prácticas laborales que procuran y favorecen un **equilibrio entre trabajo y familia** de sus empleados. | | | | | |
| 9 | Maneja con pleno respeto la dignidad y derecho de su personal en aspectos como **liquidaciones y despidos**. | | | | | |
| 10 | Garantiza con sus políticas procedimientos donde **no se discrimine** por motivos de asociación, origen étnico, género, posición económica, religión, ideología política, preferencia sexual o discapacidad física. | | | | | |
| 11 | Ha incrementado en números o proporción de empleos femeninos, o de otros grupos minoritarios, en **posiciones ejecutivas o directivas** en años recientes. | | | | | |
| 12 | Mantiene un programa especial para la inclusión y contratación **de grupos específicos**. | | | | | |
| 13 | Realiza investigaciones de **clima organizacional** para medir el nivel de satisfacción de sus colaboradores e identificar áreas que requieren atención. | | | | | |
| 14 | Utiliza **esquemas de trabajo flexible** para acomodarse a las diversas necesidades de su personal (jornada parcial, teletrabajo, etc.) | | | | | |
| 15 | Tiene algún programa para **estimular y reconocer al personal** por la generación de ideas, toma de riesgos, decisiones y creatividad a favor de la organización y del negocio. | | | | | |

| | Indicadores de Compromiso con la Comunidad | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Invierte en conocer las particularidades **de la comunidad** local para **identificar sus expectativas, necesidades** y prevenir posibles conflictos que la operación de la empresa pueda llegar a suscitar respecto de sus costumbres y creencias. | | | | | |
| 2 | Responde a las expectativas que la comunidad tiene de su empresa e **interviene para remediar sus necesidades e impulsar su desarrollo**. | | | | | |
| 3 | Establece **canales de diálogo sistemático y permanente** con los diferentes actores o sectores de la comunidad con los que se relaciona. | | | | | |
| 4 | Cuenta con una instancia, puesto, fundación o sistema responsable de la **planeación, otorgamiento y seguimiento de sus donativos**; así como para conducir la vinculación con la comunidad, que no esté a más de un nivel ejecutivo del director general, gerente general o gerente de operaciones. | | | | | |
| 5 | Contempla dentro de sus políticas la posibilidad de ofrecer **apoyo con recursos no financieros** (gente, equipo, servicios, facilidades) a grupos organizados de la comunidad para la realización de actividades públicas, cívicas o de beneficio social. | | | | | |
| 6 | Otorga **donativos en efectivo** al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos promedio para causas sociales. | | | | | |
| 7 | Planea y realiza **actividades sociales y/o comunitarias** en las que involucra al personal y sus familias. | | | | | |
| 8 | Mantiene alianza con al menos alguna organización social para desarrollar un **programa de beneficio a la comunidad**. | | | | | |
| 9 | Promueve el **trabajo voluntario** de sus **trabajadores** hacia la comunidad; apoya las **causas filantrópicas de su personal**. | | | | | |
| 10 | Tiene y aplica **políticas** para los apoyos sociales de cualquier tipo que otorga. | | | | | |
| 11 | Contribuye mediante programas específicos a la **promoción del bienestar económico y social** de las comunidades en las que opera. | | | | | |
| 12 | Busca oportunidades para promover sus productos y/o servicios relacionándolos y apoyando causas sociales (**mercadotecnia con causa social**). | | | | | |
| 13 | Destina al menos el 2% del presupuesto de su publicidad a **mensajes con interés o beneficio social**. | | | | | |
| 14 | Promueve con acciones específicas la **filantropía, participación y responsabilidad social** entre sus proveedores, acreedores, clientes e instituciones con los que se relaciona. | | | | | |
| 15 | Adopta las medidas necesarias para garantizar que sus actividades no tengan **impacto negativo sobre la comunidad** donde las desarrolla. | | | | | |

| | Indicadores de Cuidado y Preservación del Medio Ambiente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Realiza una "Auditoria Verde" (inventario de los recursos que la empresa utiliza y los desechos que produce) y opera programas para el mejor **aprovechamiento de recursos** y para minimizar la generación de desperdicios. | | | | | |
| 2 | Cuenta con políticas para reducir, dentro de su tecnología actual, el consumo **de energía eléctrica, agua y productos tóxicos** sus instalaciones y oficinas. | | | | | |
| 3 | Opera sistemas o aparatos necesarios que disminuyan **las emisiones contaminantes** que produce | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 4 | Destina una **partida de su presupuesto anual** a programas de conservación o protección ambiental. | | | | | |
| 5 | Aplica alguna **norma o certificación ambiental** (ISO 9000, ISO 14000, Industria Limpia u otra). | | | | | |
| 6 | Realiza acciones que generen entre su personal **conciencia sobre el cuidado del medio ambiente** y desarrolla campañas de educación ambiental a familiares de su personal y a la comunidad inmediata a la empresa. | | | | | |
| 7 | Adquiere **productos y materia prima reciclables**, minimizando el uso de materiales no degradables. | | | | | |
| 8 | Cuenta con un programa encaminado a convertirla en una **empresa sin papel** (uso de documentos electrónicos). | | | | | |
| 9 | Establece compromisos explícitos con el medio ambiente y se fija estándares para ellos, que incluyen **metas formales** (declaración de principios medioambientales). | | | | | |
| 10 | Mantiene sus activos (maquinaria, equipo, transporte, etc.) en niveles adecuados para la **prevención de contaminación**. | | | | | |
| 11 | Dona los **excedentes de mobiliario y equipo** (inventarios muertos) favoreciendo su reutilización y aprovechamiento. | | | | | |
| 12 | Genera **incentivos, premios y reconocimientos** para los empleados que sugieren alternativas a los procesos de contaminación o desaprovechamiento de recursos en los procesos empresariales. | | | | | |
| 13 | Utiliza criterios ambientales para la **selección de sus proveedores**. | | | | | |
| 14 | Cuenta con un programa de **recolección de residuos y reciclaje post-consumo.** | | | | | |
| 15 | Entrega a sus consumidores información detallada sobre daños ambientales como resultado del **uso y destino final de sus productos o servicios**. | | | | | |

| | Indicadores de Competitividad y Relación con sus Involucrados | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Cuenta con algún cargo o función responsable de promover y monitorear su actuación ética. | | | | | |
| 2 | Cumple a tiempo con sus obligaciones fiscales y atiende a las solicitudes de apoyo por parte del gobierno. | | | | | |
| 3 | Cuenta con un mecanismo para que sus involucrados (grupos de relación e interés) puedan hacer llegar sus sugerencias, quejas o ventilar sus desacuerdos. | | | | | |
| 4 | Cuenta con políticas, mecanismos y procedimientos que promuevan que ninguna de sus sucursales, filiales o establecimientos puedan ser cómplices de corrupción. | | | | | |
| 5 | Cuenta con una política de equidad en selección y pago a sus proveedores. | | | | | |
| 6 | Cuenta con programas de apoyo y cooperación para el desarrollo de sus proveedores, en particular de los locales. | | | | | |
| 7 | Cuenta con mecanismos que garanticen la congruencia entre calidad y precio más allá del mercado. | | | | | |
| 8 | Tiene la cultura y los sistemas para conocer, entender y atender las necesidades e inquietudes de sus clientes. | | | | | |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 9 | Tiene políticas de trato a sus clientes que garanticen la honradez en todas sus transacciones y que ofrezcan atención y solución a todas sus reclamaciones. | | | | | |
| 10 | Maneja mensajes promocionales y publicitarios, objetivos y honestos, promoviendo las verdaderas bondades de sus productos y/o servicios. | | | | | |
| 11 | Cuenta con un sistema de mejoramiento continuo en aspectos como calidad y productividad. | | | | | |
| 12 | Opera programas para desarrollar el liderazgo asertivo - proactivo en sus jefaturas (mandos medios). | | | | | |
| 13 | Cuenta con mecanismos a través de los cuales los empleados de mayor experiencia compartan sus conocimientos con aquellos de menor experiencia (sistematización del conocimiento). | | | | | |
| 14 | Cuenta con una política de respeto a los competidores. | | | | | |
| 15 | Informa interna y externamente los logros y retos de la empresa - financieros, sociales y medioambientales - en su reporte anual. (Balance Social). | | | | | |

Ahora bien, poner en práctica el instrumento, requiere la consideración de los siguientes puntos:

- **Respuestas a las Preguntas**: para cada pregunta hay cinco posibles respuestas: 1,2,3,4 y 5, considerando que 5 es el mayor grado de semejanza con el enunciado y 1 el menor.

- **Puntuación de las Respuestas**: las respuestas serán contadas para lograr una relación entre ellas y el compromiso de la empresa con la RSE.

**Puntuación Total del Cuestionario:** La puntuación total se calcula sumando la puntuación individual obtenida por cada una de las preguntas. La máxima puntuación que se puede obtener (de un total de 60 preguntas) es de 300 puntos, de lo cual se deriva un criterio que permite determinar el nivel de Responsabilidad Social Empresarial; esto se explica de manera detallada a continuación:

- De cero (0) a cien (100) puntos: La empresa se encuentra en nivel bajo de Responsabilidad Social Empresarial.

- De ciento uno (101) a doscientos (200) puntos: La empresa se encuentra en un nivel medio de Responsabilidad Social Empresarial.

- De doscientos uno (201) a trescientos (300) puntos: La empresa se encuentra en un nivel alto de Responsabilidad Social Empresarial.

**Resultados**

**1- Calidad de vida en la empresa:** Una empresa ofrece calidad de vida en su interior cuando opera éticamente y se interesa por el bienestar de quienes la integran:

- Fomenta el ejercicio de la ética en todas sus operaciones (procesos, productos y/o servicios).
- Cuenta con programas de desarrollo integral para sus trabajadores y sus familias.
- Procura el balance vida familiar- vida laboral al interior de la organización.
- Fomenta la inclusión y la diversidad en su fuerza laboral.

**2- Compromiso con la comunidad:** Una empresa socialmente responsable se empeña en mejorar su entorno inmediato y el de la comunidad con la que se relaciona cuando:

- Realiza aportes y/o inversiones en beneficio de su entorno inmediato.
- Realiza y/o participa en actividades sociales y comunitarias y les da seguimiento.
- Promueve el trabajo voluntario de sus trabajadores hacia la comunidad.

**3- Cuidado y preservación del medio ambiente:** Una empresa socialmente responsable se compromete con el cuidado del medio ambiente cuando:

- Cumple con las obligaciones ambientales de su localidad.

- Cuenta con políticas o programas de cuidado del medio ambiente.
- Participa o apoya campañas de prevención, conservación y/o regeneración del medio ambiente.

**4- Competitividad y relación con sus involucrados:** Una empresa genera riqueza y se relaciona de una manera justa y solidaria con sus involucrados cuando:

- Cumple con sus obligaciones ante las Autoridades.
- Construye relaciones de ganar-ganar con sus Proveedores.
- Satisface a sus Clientes.
- Cumple con sus obligaciones ante sus Accionistas.
- Mantiene una relación sana con sus Competidores.

Ser socialmente responsable no es tarea de un día ni responsabilidad de un departamento en particular. No es una cuestión moral individual del gerente, director o dueño, sino la implicación de la empresa en su conjunto. Es un traje a la medida de cada empresa que se confecciona a través del compromiso de quienes la integran. Es, en fin, un reflejo de la ética en todas las acciones de la organización.

# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

## Conclusiones

En relación a los objetivos planteados, al realizar el diagnóstico a las empresas del Sector Plástico se pudo evidenciar que estas no mantienen políticas de responsabilidad social que les permita una participación positiva en el bienestar de la comunidad. Las conductas y decisiones cotidianas son el resultado de los valores y principios que una empresa asume. Esto significa que las empresas establecen un marco ético que orienta su actuar, delimitando cómo deben actuar quienes forman parte de la empresa y cómo será la relación que establecen con los distintos públicos de interés externos, tales como los proveedores, los consumidores, el medioambiente y la comunidad.

Por otra parte se pudo evidenciar que la mayoría de las empresas cuentan con un código de ética que les norma su comportamiento habitual en el desarrollo de sus actividades, así como el proceso de gestión de desempeño. Con respecto a los valores organizacionales estos son necesarios dárselos a conocer al personal para que estos logren su cometido y se ubiquen en cuanto al impacto que posee su organización dentro de su comunidad.

Así mismo, en cuanto a los indicadores económicos financieros como instrumento de medición de la Responsabilidad Social Empresarial, se evidencio que no existe organización y calidad en el trabajo, además los trabajadores no cuentan con derecho de participación que contribuya a la toma de decisiones de la empresa. Por

ello, es oportuno que esa información sea descrita y esquematizada en un balance social, aunque su aplicación e implementación no serán tan sencillas ya que van a depender de la sensibilidad de las gerencias que en función a sus valores y principios dentro de su gobierno corporativo desarrollen la herramienta, dado que los indicadores financieros y no financieros, al igual que los originados por la relación de la empresa con el ambiente y la comunidad, influirán en sus resultados futuros.

Los resultados obtenidos con la aplicación del instrumento de recolección de datos arrojan información desfavorable para las organizaciones las cuales no cuentan con una metodología para la presentación de sus actuaciones de responsabilidad social. Para concluir, es necesario contar con una metodología, principios y esquema de cómo debe medirse la RSE para las organizaciones del sector plástico socialmente responsables. El mismo debe representar una forma práctica de contar con indicadores con los cuales se pueden identificar también oportunidades de mejora.

**Recomendaciones**

Considerando las conclusiones que se han obtenido, es de importancia resaltar, que la aplicación de la propuesta diseñada, requiere que sea aceptado y acogido por la alta dirección de las organizaciones, en este caso específico las que conformaron la muestra que pertenecen al sector plástico del estado Aragua, dado que es una conceptualización de valores y de la ética empresarial.

Una de las recomendaciones puntuales es la de que el cuestionario diseñado sea presentado ya que es fundamental la información de la actuación, para la toma de

decisiones en cuanto al valor económico y de reputación que proyecta a las organizaciones similares. El único modo de hacer que la RSE esté presente en el conjunto de la gestión de las organizaciones es que dicha área cuente con el apoyo explícito de la alta gerencia para lograr su desarrollo eficiente. Todos deben ser asimismo conscientes del nivel de pasivos de confianza con los que cuenta la empresa, y saber qué asuntos perturban la capacidad de la empresa de generar confianza o de relacionarse positivamente con los grupos de interés.

Crear incentivos alineados con la RSE que permitan integrar la RSE como parte de los procesos y estructuras de la empresa de un modo efectivo. Cabe mencionar que, este es un modo de actuar corporativo que se aplica a todas las personas de la organización. Por ello, los incentivos deben estar alineados con los valores definidos por las organizaciones para promover relaciones de confianza tanto en su seno como con los grupos de interés.

Mantener una gestión adecuada de los proveedores. Una adecuada gestión de la cadena de aprovisionamiento es una medida clave para controlar una parte significativa de los riesgos reputacionales de las compañías: una mala praxis de los proveedores puede dañar gravemente la percepción social sobre una compañía, así como desacreditarla. Es necesario integrar la gestión de proveedores y contratistas bajo el paraguas de sus planteamientos RSE. Así como reflexionar sobre la RSE en el propio entorno, ya que es necesario distinguir los asuntos importantes de los que no lo son, lo que implica prestar atención al entorno cambiante, a la vez que cuidar la calidad de las relaciones con los grupos de interés. Finalmente, se debe contar con una calidad informativa antes que cantidad, ya que la calidad de la información publicada por las compañías sobre RSE sigue siendo considerada por los expertos insuficiente o irrelevante.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS


Arias F. (2006) **El proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica**. 5ta edición. Editorial Espíteme Caracas-Venezuela

Amaro, R. (2006) **Metodología Aplicada**. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá. Colombia

Ávila, N. (2006) **Metodología de la Investigación II**. Universidad Nacional Experimental Simón Rodríguez". Ediciones IESA. Caracas, Venezuela.

Bernal, C. (2008) **Metodología de la Investigación para la Administración y Economía,** Santa Fé de Bogotá: Educación de Colombia. Ltda.

Caldas M. (2009) **Empresas e Iniciativas Emprendedoras**. Editex. Madrid – España

Capriotti, P. y Schulze, F. (2012) **Responsabilidad Social empresarial.** Colombia: Makron Books Do Brasil Editora, LTDA.

Carneiro M. (2004) **La Responsabilidad Social Corporativa Interna: La nueva Frontera de los Recursos Humanos**. Esic Editorial. Madrid – España

Castillo, E. (2012) "**Diseño de un Instrumento de Evaluación de Responsabilidad Social Empresarial adaptado a los Laboratorios de Bioanalisis en Venezuela**"; Trabajo de Grado no Publicada, Universidad de Carabobo.

**Constitución de la República Bolivariana de Venezuela,** Publicada en Gaceta Oficial del jueves 30 de diciembre de 1999, N° 36.860

Colmenares S. (2010), **La Responsabilidad Social Empresarial de las Empresas que prestan el Servicio de Administrar las Haciendas Cosechadoras de la caña de azúcar en el Sector Chorobobo del Estado Lara, bajo el Modelo del balance Social para las Empresas Venezolanas, de la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS). (Dimensión Interna),** Tesis de Grado no publicada, Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado"

De la Fuente D., Fernández I., García N. (2006). **Administración de Empresas en Ingeniería.** Editor Universidad de Oviedo. Oviedo. España

Fernández R. (2009) **Responsabilidad Social Corporativa**. Editorial Club Universitario. Alicante - España

Fuentelsaz C., Icart M. y Pulpón Anna (2006) **Elaboración y presentación de un proyecto de investigación y una tesina.** Edicions Universitat Barcelona - España

Fundación Escuela de Gerencia Social Ediciones FEGS, **BALANCE SOCIAL PARA LA EMPRESA VENEZOLANA, Modelo de la Fundación Escuela de Gerencia Social (FEGS),** Coedición de The Venezuelan-American Chamber of Commerce & Industry (VenAmCham) y la Fundación Escuela de Gerencia Social, Ediciones FEGS. Caracas, Venezuela, 2002

Granados R. (2002). **Contabilidad Intermedia.** International Thomson Editores, S.A. Mexico

Guerrero M. (2010), **La Responsabilidad Social Empresarial en las Empresas de Licores Productoras de Cerveza de Venezuela**, Tesis de Grado no publicada, Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado"

Hayman, C. (2006) **Metodología de la Investigación Científica**. Ediciones Cecsna. Buenos Aires.

Heredia, I. (2011), "**Responsabilidad Social Empresarial, Basado en el empleo del Balance Social, de un Modelo usado en Banesco Institución Financiera en Venezuela**"; Trabajo de Grado no Publicada, Universidad de Carabobo

Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2006), **Metodología de la Investigación**. Mc Graw Hill. Colombia.

**Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación**, Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.575 de fecha 16 de Diciembre 2.010

**Ley Orgánica de Drogas**, Publicada en la Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.546 de fecha 05 de Noviembre de 2.010

**Ley Orgánica de Deporte, Actividad Física y Educación Física**, Gaceta Oficial N° 39741 del 23 de Agosto de 2.011

Lucena A. (2011), **La Responsabilidad Social Corporativa como perspectiva en la Gestion Estratégica de Costos en las Instituciones Financieras de la Banca Universal en Venezuela**, Tesis de Grado no publicada, Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado"

Mallo C. y Pulido A. (2008) **Contabilidad Financiera. Un Enfoque Actual.** Editorial Paraninfo, Madrid - España

Mata J. y Peña A. (2008) **Contabilidad Financiera, Como adaptarse al nuevo PGC 2007.** Editorial Paraninfo, Madrid - España

Matos, D. (2012) "**La Responsabilidad Social Empresarial como Estrategia Competitiva de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) Constructoras del Municipio Lagunillas**", Trabajo de Grado no Publicada, Universidad del Zulia

Moreno B., Aguilar P. y Santidrián A. (2005) **Contabilidad de costes y de gestión.** Delta Publicaciones, Madrid – España**.**

Peña A. (2005) **Proyecto Empresarial.** Editorial Paraninfo, Madrid - España

Pérez J. y Carballo V. (2008) **Control de la gestion empresarial - Textos y casos.** ESIC Editorial, Madrid – España**.**

Ramírez, J. (2007) **Cómo hacer un proyecto de investigación**. Caracas, Venezuela. Editorial Carnel.

Rodríguez E. (2005) **Metodología de la Investigación.** Univ. Juárez Autónoma de Tabasco, México

Sabino, C. (2000**) El Proceso de Investigación**. Editorial Panapo. Caracas-Venezuela

Sampieri, R. (2002). **Metodología de la investigación**. México DF. Segunda edición.

Sinisterra G. y Polanco L. (2007). **Contabilidad Administrativa.** Ecoe Ediciones. Bogotá.

Strandberg, L. (2010) **La medición y la comunicación de la RSE: indicadores y normas.** Hipervínculo: **http://www.iese.edu/en/files/Cuaderno%20No%209_tcm4-57352.pdf** (Consulta: Mayo 2015)

Soldevila P. y Roca E. (2004). **La Contabilidad de Gestión en las organizaciones sin ánimo de lucro.** Editorial Univ. Pontifica Comillas. Madrid.

Solorio E. (2012) **Contabilidad Financiera**. Palibrio, EEUU.

Tamayo y Tamayo (2000). **El proceso de la investigación Científica**. Edición México: Limusa Noriega Editores.

Velasco J. (2006) **Fundamentos de la RSE y su Aplicación Ambiental**. Edita dykinson, s.l. Madrid España.

Zubillaga, A. (2013) "**Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial desde una perspectiva Interna**"; Trabajo Especial de Grado no Publicada, Universidad Centroccidental "Lisandro Alvarado

# A N E X O S

# A N E X O  A

# INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

UNIVERSIDAD DE CARABOBOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS Y SOCIALES
DIRECCION GENERAL DE POSTGRADO
NUCLEO LA MORITA

**VALIDACION**

Tengo el agrado de dirigirme a usted por medio de la presente, con la finalidad de solicitar su colaboración en cuanto a la validación de Instrumento de Recolección de Datos que será aplicado, a efecto de realizar el Trabajo Especial de Grado Titulado: **LA GESTION BASADA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA VALORACION DE LA INFORMACION CONTABLE EN EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL SECTOR PLÁSTICO, UBICADAS EN EL ESTADO ARAGUA**, para optar el título de Magister en Ciencias Contables.

A este se le anexará el titulo de investigación, el objetivo general y específicos, el instrumento utilizado, y la matriz de validación. Sin más a que referirme me despido en espera de respuestas positivas.

Atentamente

_____

Lic. Enver Ysaya

**CONSTANCIA DE VALIDACION**

Yo ,_____, titular de la cedula de identidad N º _____, por medio de la presente hago constar que el instrumento aplicado a la muestra para la recolección de datos, en el Trabajo Especial de Grado titulado: **LA GESTION BASADA EN LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL PARA LA VALORACION DE LA INFORMACION CONTABLE EN EMPRESAS MANUFACTURERAS DEL SECTOR PLÁSTICO, UBICADAS EN EL ESTADO ARAGUA,** presentado por el **Lic. Enver Ysaya,** portador de la cédula de identidad **Nº 14.637.408**, para optar al Título de Magister en Ciencias Contables, reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados valido y por lo tanto apto para ser aplicado en el logro de los objetivos que deseen obtener.

Luego de examinado el contenido del instrumento, el mismo tiene pertinencia, redacción y coherencia en sus preguntas, por lo que a mi juicio lo catalogo como un instrumento válido.

Atentamente

---

C.I.

**Formato de Validación del Instrumento**

Con el fin de facilitar la labor de validación del presente instrumento, se sugiere considerar las siguientes instrucciones:

1. Evalué la claridad, Pertinente y precisión de cada unos de Ítems, tomando en consideración las siguientes definiciones:

a) **Coherencia**: exactitud y precisión con que fueron elaboradas las preguntas, para establecer si la redacción ha sido ampliada en cada pregunta.

b) **Pertinencia:** criterio con se indica la correspondencia de cada pregunta en relación con el tema tratado de la investigación, en otras palabras, si el contenido se encuentra relacionada sociedad en la investigación.

2. Determinar la calidad técnica de cada ítem utilizando los siguientes criterios:

| *CALIDAD* | PONDERACIÓN |
|---|---|
| Excelente | 4 |
| Bueno | 3 |
| Regular | 2 |
| Deficiente | 1 |

3. Codificar marcando con una "**X**" alternativa que corresponda a su ponderación en lo inherente al aspecto de evaluar.

4. Escribir cualquier observación que será pertinente en el espacio "observaciones".

5. Firma la evaluación, como constancia de su Trabajo.

**CUESTIONARIO**

| ÍTEM | PREGUNTA | SI | NO |
|---|---|---|---|
| **Objetivo Específico 1 Diagnosticar desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial la situación actual de las empresas del Sector Plástico.** | | | |
| **01** | ¿La Empresa posee un Código de Ética o de Conducta? | | |
| **02** | ¿Cuentan con un Proceso de Gestión del Desempeño? | | |
| **03** | ¿Cumplen con Ley del instituto para la capacitación y recreación de los trabajadores? | | |
| **04** | ¿Son conscientes sus empleados de los valores organizacionales? | | |
| **05** | ¿Se mantiene una actitud de respeto y colaboración con los empleados? | | |
| **06** | ¿Las instalaciones se mantienen limpias? | | |
| **07** | ¿Conoce cuál es el Impacto de la Empresa en la sociedad? | | |
| **Objetivo Específico 2 Identificar los indicadores económicos financieros como instrumento de medición de la Responsabilidad.** | | | |
| **08** | ¿Existen políticas de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa? | | |
| **09** | ¿Cuenta con organización y la calidad de trabajo? | | |
| **10** | ¿Los trabajadores tienen derechos de participación en la empresa? | | |
| **11** | ¿La empresa cuenta con suficiente liquidez para hacer frente a sus obligaciones de corto plazo? | | |
| **12** | ¿Cumple puntualmente con los pagos a sus proveedores y conforme a las condiciones acordadas? | | |
| **13** | ¿Es política de la empresa verificar la procedencia y calidad de las Materias Primas e Insumos? | | |
| **14** | ¿La Empresa cuenta con un Contrato Colectivo? | | |
| **15** | ¿La Empresa posee herramientas de medición de la Gestion Social? | | |
| **Objetivo Específico 3 Establecer los requerimientos necesarios para la valoración financiera de la Información Contable en las empresas del Sector Plástico.** | | | |
| **16** | ¿Cumple con los lineamientos de la Lopcymat? | | |
| **17** | ¿Cumple la Empresa con la Ley de Personas con Discapacidad? | | |
| **18** | ¿Cumple con las declaraciones y pago de los Impuestos Nacionales y Municipales? | | |
| **19** | ¿Cumple con los pagos del Fona, Ley del Deporte y LOCTI? | | |
| **20** | ¿La Empresa está registrada Cámaras Empresariales y/o Asociaciones? | | |
| **21** | ¿Existe un departamento de atención al cliente? | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **22** | ¿Llevan registro de capacitación del personal? | | |
| **23** | ¿Existe una Cuenta de Provisión donde se puedan observar los registros Contables realizados por concepto de Responsabilidad Social Empresarial? | | |
| **24** | ¿La empresa cuenta con un Sistema de Información adaptado a las nuevas demandas contables? | | |

**Fuente:** El Autor (2015)

**Matriz De Validación**

| **Ítems** | **Pertinencia** | | | | **Coherencia** | | | | **Relevancia** | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | | | | | | | | | | | | |
| 2 | | | | | | | | | | | | |
| 3 | | | | | | | | | | | | |
| 4 | | | | | | | | | | | | |
| 5 | | | | | | | | | | | | |
| 6 | | | | | | | | | | | | |
| 7 | | | | | | | | | | | | |
| 8 | | | | | | | | | | | | |
| 9 | | | | | | | | | | | | |
| 10 | | | | | | | | | | | | |
| 11 | | | | | | | | | | | | |
| 12 | | | | | | | | | | | | |
| 13 | | | | | | | | | | | | |
| 14 | | | | | | | | | | | | |
| 15 | | | | | | | | | | | | |
| 16 | | | | | | | | | | | | |
| 17 | | | | | | | | | | | | |
| 18 | | | | | | | | | | | | |
| 19 | | | | | | | | | | | | |
| 20 | | | | | | | | | | | | |

Observaciones_____

_____

Profesor_____

# A N E X O  B

# CUADRO DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

## Operacionalización de las Variables

**Objetivo General:** Proponer lineamientos de gestión basados en la Responsabilidad Social Empresarial para la valoración Financiera de la Información Contable en empresas manufactureras del sector plástico, ubicadas en el Estado Aragua.

| Objetivos Específicos | Variables | Dimensiones | Indicadores | Instrumento | Ítems |
|---|---|---|---|---|---|
| Diagnosticar desde la perspectiva de la Responsabilidad Social Empresarial la situación actual de las empresas del Sector Plástico. | Situación actual de las empresas del Sector Plástico. | Factores Internos y Externos | Código de Ética<br>Gestión del desempeño<br>Legislación<br>Valores<br>Actitud<br>Instalaciones<br>Impacto | Encuesta/ Cuestionario | 1<br>2<br>3<br>4<br>5<br>6<br>7 |
| Identificar los indicadores económicos financieros como instrumento de medición de la Responsabilidad. | Indicadores económicos financieros como instrumento de medición de la Responsabilidad. | Indicadores económicos financieros | Políticas de Responsabilidad<br>Calidad<br>Participación<br>Liquidez<br>Pago<br>Procedencia<br>Contrato<br>Herramientas | Encuesta/ Cuestionario | 8<br>9<br>10<br>11<br>12<br>13<br>14<br>15 |
| Establecer los requerimientos necesarios para la valoración financiera de la Información contable en las empresas del Sector Plástico. | Requerimientos necesarios para la valoración financiera de la Información contable en las empresas del Sector Plástico. | Valoración financiera de la Información contable | Lopcymat<br>Discapacidad<br>Declaraciones<br>Impuestos Parafiscales<br>Cámaras Empresariales<br>Atención al cliente<br>Capacitación<br>Registros Contables de RSE<br>Sistemas de Información | Encuesta/ Cuestionario | 16<br>17<br>18<br>19<br>20<br>21<br>22<br>23<br>24 |

Fuente: El Investigador (2015)

# A N E X O  C

# CARTAS DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

# A N E X O  D

# CRITERIO  DE  VALIDEZ

# Validación del Instrumento

## Resultados totales aportados por los expertos

| Ítems | Expertos | | | ∑ | X |
|---|---|---|---|---|---|
| | 1 | 2 | 3 | | |
| **1** | 4,00 | 3,66 | 3,66 | 11,32 | 3,77 |
| **2** | 3,66 | 4,00 | 4,00 | 11,66 | 3,89 |
| **3** | 3,66 | 3,66 | 3,66 | 10,98 | 3,66 |
| **4** | 4,00 | 3,66 | 3,66 | 11,32 | 3,77 |
| **5** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **6** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **7** | 4,00 | 4,00 | 3,66 | 11,66 | 3,89 |
| **8** | 4,00 | 4,00 | 3,66 | 11,66 | 3,89 |
| **9** | 3,66 | 4,00 | 4,00 | 11,66 | 3,89 |
| **10** | 3,66 | 4,00 | 3,66 | 11,32 | 3,77 |
| **11** | 3,66 | 4,00 | 4,00 | 11,66 | 3,89 |
| **12** | 3,66 | 4,00 | 4,00 | 11,66 | 3,89 |
| **13** | 3,66 | 4,00 | 3,66 | 11,32 | 3,77 |
| **14** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **15** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **16** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **17** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **18** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **19** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **20** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **21** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **22** | 4,00 | 4,00 | 3,66 | 11,66 | 3,89 |
| **23** | 4,00 | 4,00 | 4,00 | 12,00 | 4,00 |
| **24** | 4,00 | 3,66 | 4,00 | 11,66 | 3,89 |
| | | | | **Total** | 3,91 |

| **Calificación de los items** |
|---|
| 4 = Óptima |
| 3 = Bueno |
| 2 = Regular |
| 1 = Deficiente |

# A N E X O  E

# COEFICIENTE DE CONFIABILIDAD

## Cuadro de Confiabilidad Kr-20

**S= 1**
**N= 0**

| Item / Mtra | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 | ∑x | VAR. | VAR |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 15 | 3,8 | 14,59 |
| 2 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 19 | 7,8 | 61,15 |
| 3 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 19 | 7,8 | 61,15 |
| 4 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 17 | 5,8 | 33,87 |
| 5 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 18 | 6,8 | 46,51 |
| 6 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 16 | 4,8 | 23,23 |
| 7 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 17 | 5,8 | 33,87 |
| 8 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 16 | 4,8 | 23,23 |
| 9 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 15 | 3,8 | 14,59 |
| 10 | 1 | 1 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 0 | 16 | 4,8 | 23,23 |
| 11 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 0 | 1 | 1 | 1 | 11 | -0,2 | 0,03 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **179** | **56,0** | 335,48 |

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **X** | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **S** | 8 | 8 | 7 | 5 | 4 | 9 | 4 | 4 | 9 | 4 | 5 | 5 | 11 | 8 | 3 | 11 | 9 | 11 | 11 | 11 | 4 | 11 | 11 | 6 | **16,27** | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **Σ** | | |
| **p (si)** | 0,73 | 0,73 | 0,64 | 0,45 | 0,36 | 0,82 | 0,36 | 0,36 | 0,64 | 0,36 | 0,45 | 0,45 | 1,00 | 0,73 | 0,27 | 1,00 | 0,82 | 1,00 | 1,00 | 1,00 | 0,36 | 1,00 | 1,00 | 0,55 | 16,08 | | |
| **q (no)** | 0,27 | 0,27 | 0,36 | 0,55 | 0,64 | 0,18 | 0,64 | 0,64 | 0,36 | 0,64 | 0,55 | 0,55 | 0,00 | 0,27 | 0,73 | 0,00 | 0,18 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,64 | 0,00 | 0,00 | 0,45 | 7,92 | | **∑p*q** |
| **p x q** | 0,20 | 0,20 | 0,23 | 0,25 | 0,23 | 0,15 | 0,23 | 0,23 | 0,23 | 0,23 | 0,25 | 0,25 | 0,00 | 0,20 | 0,20 | 0,00 | 0,15 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,23 | 0,00 | 0,00 | 0,25 | | | 1,98 |

$$\textbf{VT=}\ \frac{\sum(X - X}{n - 1} = \frac{335,48}{10} = 33,5$$

$$\textbf{KR20=}\ \frac{N}{N-1}\left[\frac{VT - \sum p*q}{VT}\right] = \frac{24}{23}\left[\frac{33,5 - 1,98}{33,5}\right] = 1,04\left[0,94\right] = \textbf{0,98}$$