



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
DIRECCIÓN DE POSTGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
MAESTRIA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA. MENCIÓN: FINANZAS
CAMPUS LA MORITA



**ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES DEL ESTADO
ARAGUA EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN A
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Autora:
Jheny E Barrios A.

La Morita, Septiembre de 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
DIRECCIÓN DE POSTGRADO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
MAESTRIA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA. MENCIÓN: FINANZAS
CAMPUS LA MORITA



**ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES DEL ESTADO
ARAGUA EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN A
LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

**Trabajo de Grado presentado ante la Universidad de Carabobo para Optar al
Grado de Magister**

Autora:
Barrios A Jheny E

La Morita, Septiembre de 2015



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
DIRECCIÓN DE ESTUDIOS SUPERIORES PARA
GRADUADOS-SECCIÓN DE GRADO



VEREDICTO

*Nosotros, Miembros del Jurado designado para la evaluación del Trabajo de Grado Titulado: "ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES DEL ESTADO ARAGUA EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL". Presentado por el (la) ciudadana(o). JHENY E. BARRIOS A. C.I. 14.917.899, para optar al Título de MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS MENCIÓN FINANZAS, estimamos que el mismo reúne los requisitos para ser considerado como **APROBADO**.*

Presidente: Carol Omaña C.I. 3.841.118 Firma:

Miembro: Mercedes B. Blanco C.I. 4.369.061 Firma:

Miembro: Annelín Díaz C.I. 9.436.391 Firma:

Maracay, 29 de septiembre del 2015.

.....FACES en Constante Innovación.

UNIVERSIDAD DE CARABOBO/DIRECCIÓN DE POSTGRADO

AV. SALVADOR ALLENDE BARBULA, EDIFICIO ANEXO A FACES, MUNICIPIO, NAGUANAGUA- ESTADO CARABOBO. VALENCIA-VENEZUELA



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN FINANZAS
ÁREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
CAMPUS LA MORITA

**ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES DEL ESTADO
ARAGUA EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN A LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL**

AUTORA: Jheny Barrios
TUTOR: Oscar Guillarte Sarmiento
FECHA: Septiembre de 2015

RESUMEN

La investigación tuvo como propósito proponer una serie de Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial, partiendo del hecho que manejo de las finanzas para asumir los compromisos en torno al tema de la Responsabilidad Social en las PYMES representa un aspecto de vital importancia, dado que mediante la misma se facilita el logro de las metas y objetivos planteados a través del uso racional de los recursos disponibles para tales fines, principalmente los recursos de tipo económicos y financieros, dado que representan el factor clave de toda empresa para la consecución de los niveles de utilidad y rentabilidad propuestos. El trabajo estuvo fundamentado en la modalidad de proyecto factible, apoyado en una investigación de campo de carácter descriptivo y se apoyó en la Investigación Bibliográfica. La población y muestra del estudio fueron de veintitrés (23) personas de las PYMES del Municipio Girardot del estado Aragua y la técnica de recolección de datos fue la encuesta y como instrumento, el cuestionario validado por juicio de expertos. La confiabilidad fue por Kuder Richardson. Se concluye que las PYMES no disponen de la información sobre la comunidad para el diseño de actividades relacionadas con la responsabilidad social, lo cual se considera una debilidad manifiesta de la gestión empresarial. De igual forma, se evidenció la falta de mecanismos de control en torno a las actividades de carácter social de las organizaciones del sector objeto de estudio, lo cual incide de forma negativa en su evaluación a fin de garantizar que se desarrollen de forma armónica y racional. Se recomienda promover la ejecución de planes financieros para integrar la misión de las PYMES al entorno en el cual se ubican las mismas en función de dar respuestas efectivas a la comunidad, a la ciudadanía y a la sociedad. Implementar la propuesta presentada en esta investigación



Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial, PYMES, financiero, recursos

UNIVERSIDAD DE CARABOBO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN MENCIÓN FINANZAS
ÁREA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
CAMPUS LA MORITA



**ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES DEL ESTADO
ARAGUA EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN A LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL**

AUTORA: Jheny Barrios

TUTOR: Oscar Guillarte Sarmiento

FECHA: September de 2015

ABSTRACT

The research was aimed to propose an ensemble of Financial Strategies for PYMES of Aragua state in the process of integrating Corporate Social Responsibility, based on the fact that manager finances assume the issues of Social Responsibility in PYMES represents an aspect of great importance, since with the same is easier to achieve the goals and posed objectives through rational use of available resources for these purposes, mainly the resources of economic and financial kind, since they represent the enterprise's key factor for achieving the proposed levels of utility and profitability. The work was based on the modality of feasible project, supported by field research and the literature investigation. The population and study sample were twenty-three (23) persons of PYMES in the Municipality Girardot Aragua state and the data collection technique was the survey and as the tool, the questionnaire validated by expert judgment. Reliability was by Kuder Richardson. It is concluded that PYMES do not have the information about the community to design the social responsibility activities, which is considered a glaring weakness of management. In the same way, it is evident the lack of control mechanisms about the social activities of the organizations under the studied sector, which impacts negatively on its evaluation to ensure that they develop harmoniously and rationally. It is recommended to promote implementing financial plans to integrate the mission of PYMES to the environment in which the same are located in function of providing effective answers to the community, citizenship and society. Implement the proposal given in this research

Keywords: Enterprise social responsibility, PYMES, financial, resources.

INDICE GENERAL

	Pág.
Resumen.....	iv
Índice General.....	vi
Índice de Cuadros.....	viii
Índice de Gráficos.....	ix
Índice de figuras.....	x
Introducción.....	11
CAPÍTULO I	
EL PROBLEMA	
Planteamiento del problema.....	15
Objetivos.....	21
Justificación.....	22
CAPÍTULO II	
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	
Antecedentes.....	25
Bases Teóricas.....	29
CAPÍTULO III	
MARCO METODOLÓGICO	
Tipo de investigación.....	81
Población y muestra.....	83
Técnicas e instrumento de recolección de información.....	84
Validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos.....	86
Operacionalización de las variables.....	88
CAPÍTULO IV	
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS	
Resultados de la investigación.....	93
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
Conclusiones.....	110

Recomendaciones.....	115
CAPÍTULO VI	
LA PROPUESTA	
Fundamentación de la propuesta.....	117
Objetivos de la propuesta.....	119
Objetivo General.....	121
Objetivos Específicos.....	122
Estructura de la propuesta.....	124
Administración de la propuesta.....	141
Factibilidad de la propuesta.....	141
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	143
ANEXOS.....	147

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO No.	Pág.
1. Coeficiente de Confiabilidad.....	87
2. Operacionalización de las variables.....	89
3. Lineamientos para cumplir con la responsabilidad social.....	94
4. Normas y procedimientos en relación con la responsabilidad social.....	95
5. Los aspectos operativos de la responsabilidad social.....	96
6. Relación entre la responsabilidad social y la ética empresarial.....	97
7. Lineamientos para cumplir con los principios legales en materia de responsabilidad social.....	98
8. Actividades para el cumplimiento de los principios de la responsabilidad social.....	99
9. Identificación de necesidades de adiestramiento y capacitación.....	100
10. La información requerida para la integración de la institución con la comunidad.....	101
11. La conservación del medio ambiente en el diseño de los planes organizacionales.....	102
12. La importancia de la calidad de vida en la gestión de la responsabilidad social de la empresa.....	103
13. Planificaciones efectivas de las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social.....	104
14. Pautas para consolidar la responsabilidad social empresarial.....	105
15. Mecanismos de control de gastos sobre las actividades sociales de la organización.....	106
16. Aspectos financieros en el diseño de los planes de Responsabilidad Social....	107
17. Aspectos económicos y financieros de la responsabilidad social en la empresa	108
18. Estrategias para financiar los planes de responsabilidad social en la empresa...	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO No.	Pág.
1. Lineamientos para cumplir con la responsabilidad social.....	94
2. Normas y procedimientos en relación con la responsabilidad social....	95
3. Los aspectos operativos de la responsabilidad social.....	96
4. Relación entre la responsabilidad social y la ética empresarial.....	97
5. Lineamientos para cumplir con los principios legales en materia de responsabilidad social.....	98
6. Actividades para el cumplimiento de los principios de la responsabilidad social.....	99
7. Identificación de necesidades de adiestramiento y capacitación.....	100
8. La información requerida para la integración de la institución con la comunidad.....	101
9. La conservación del medio ambiente en el diseño de los planes organizacionales.....	102
10. La importancia de la calidad de vida en la gestión de la responsabilidad social de la empresa.....	103
11. Planificaciones efectivas de las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social.....	104
12. Pautas para consolidar la responsabilidad social empresarial.....	105
13. Mecanismos de control de gastos sobre las actividades sociales de la organización.....	106
14. Aspectos financieros en el diseño de los planes de Responsabilidad Social.....	107
15. Aspectos económicos y financieros de la responsabilidad social en la empresa.....	108
16. Estrategias para financiar los planes de responsabilidad social en la empresa.....	109

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA No.		Pág.
1.	Interrelaciones de la RSE en la empresa.....	118
2.	Aspectos que delimitan la fundamentación de la propuesta.....	121
3.	Dimensiones de la Propuesta.....	126
4.	Contexto de influencia de la RSE.....	127
5.	Elementos de la RSE.....	129
6.	Alcances De La Responsabilidad Social Empresarial.....	133
7.	Esquema del diseño conceptual del aspecto financiero de la propuesta...	134
8.	Implementación de la RSE.....	135

INTRODUCCIÓN

El desenvolvimiento histórico de los países adopta sesgos que resultan de las características que adquiere el proceso político y del modo en que intervienen en él los distintos grupos sociales nacionales, el Estado y los actores internacionales, con sus distintos intereses y cuotas de poder. En tal sentido, se observa que en un mundo notablemente orientado hacia la globalización, los continentes, naciones y regiones desarrollan ventajas comparativas que favorecen a los sectores que las aprovechan en su territorio. No se puede ni debe despreciar la explotación de los recursos naturales a favor de los productos manufacturados. De ahora en adelante, las actividades primarias, la industria y los servicios serán todos intensivos en el uso de tecnología. Cualquiera que sea la especialización, el camino para garantizar la competitividad en el tiempo se recorre tejiendo sistemas de interacción tecnológica y productiva, aprovechando y desarrollando todas las ventajas que provienen del entorno, tomando en consideración el impacto de las actividades industriales en el medio ambiente.

En este contexto, la empresa moderna es un sistema abierto, y se comporta como el núcleo dinámico de varias redes de interrelación con usuarios, proveedores y socios. Ya no se limita a una especialización estática en uno o varios productos, sino que identifica sus capacidades tecnológicas básicas para focalizar sus esfuerzos de especialización y basar su diversificación futura sobre un piso sólido de competencias. Es evidente que dicho sistema se relaciona con otras estructuras más amplias que configuran la sociedad: organismos públicos, consumidores, medio ambiente, mercado laboral, entre otros; de modo tal, que, dichas relaciones se fundamentan en la incertidumbre que caracteriza el acierto en la toma de decisiones y la gestión orientada al logro de los objetivos propuestos en las organizaciones.

En tal sentido, en la denominada Globalización de las economías mundiales, las actividades productivas y de servicios se han incrementado notablemente, generando una serie de efectos directos en el medio ambiente y en la sociedad, de allí la necesidad de tomar en consideración el concepto de Responsabilidad Social Empresarial, debido a la relación que tienen las empresas con el medio ambiente y el entorno que las rodea, representado por sus empleados, los familiares de éstos, la comunidad y la sociedad en general.

Es así como, la Organización de las Naciones Unidas, mediante el Pacto Global, describe unos principios de carácter voluntario relacionados con la Responsabilidad Social, los cuales están dirigidos a las organizaciones, a fin de fomentar el desarrollo sostenible respetando los Derechos Humanos, las condiciones laborales, el medio ambiente e impulsando el desarrollo de tecnologías que respeten el medio ambiente. De igual forma, el documento la Carta de la Tierra expresa el momento crítico que está viviendo la humanidad en el ámbito social y ambiental, así como la necesidad de tomar conciencia de todo ello, respetar y cuidar el planeta como único hogar y a las diversas especies que en él habitan. Esto solo se logra mediante el cambio de las formas de vida, valores e instituciones y es elección de la humanidad el llevarlo a cabo.

Cabe destacar que en la sociedad actual las empresas deben reconocer el impacto que causan en el medio ambiente, identificar si este impacto es positivo o negativo y en función al diagnóstico o reconocimiento generar acciones para fortalecerlo o considerarlo según sea el caso, es decir que todos son corresponsables de la gestión de su actividad empresarial. Contribuyendo al desarrollo sostenible futuro, pero sin olvidar la ética en relación a la naturaleza y a la sociedad, creando así un balance entre los medios financieros, sociales y ambientales. En tal sentido, se plantea la necesidad de estudiar estos aspectos en su entorno, lo cual se llevará a cabo en esta investigación específicamente en las PYMES del estado Aragua.

Guede (2008) plantea que “La ética no es para juzgar, sentenciar o calificar a nadie. Para eso existen las leyes, los reglamentos, las normas, las costumbres y tradiciones. Por el contrario, la ética es para evaluarnos a nosotros mismos. Es una extraña disposición a la auto evaluación permanente” (p 31) Por otra parte, se debe señalar que la Responsabilidad Social Empresarial, según la Fundación Prohumana de Chile: “Es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida”, esto va de la mano con la Filantropía que se manifiesta como el “amor al género humano y todo lo que a la humanidad respecta, particularmente, en su forma positiva y constructiva, expresado en la ayuda a los demás sin que necesariamente se requiera de un intercambio o interés alguno en una respuesta”; ambos términos no deben ser confundidos ya que la Responsabilidad es una actitud o capacidad de reconocer las consecuencias de los errores cometidos y tomar la decisión de enmendarlos, mientras que la Filantropía es solo una forma de conducta humana.

Es evidente que una empresa existe para producir mercancías o servicios que la sociedad desea y necesita, además de beneficios, y ello en un clima de estabilidad y confianza. El cumplimiento de este objetivo, en conjunción con una estructura financiera sólida es su primera y principal responsabilidad. Si fracasa en esta misión, no puede esperarse que asuma otras. En este orden de ideas, la responsabilidad social de las empresas trata de proteger a la ciudadanía, su existencia, su salario y su capacidad productiva y la tranquilidad de su familia. Paralelamente, la finalidad de la empresa es generar ingresos y obtener los niveles de rentabilidad planificados, de allí la necesidad de evaluar los compromisos derivados de la responsabilidad social que se proyecta hacia la acción de garantizar el derecho humano a la salud, la asistencia médica, la protección de los medios de subsistencia y los servicios sociales necesarios para el bienestar individual y colectivo.

Visto desde esta perspectiva, en esta investigación se abordó el tema de la responsabilidad social concebida como la protección que la sociedad proporciona a sus miembros mediante una serie de medidas públicas, contra las privaciones económicas y sociales que, de no ser así, ocasionarían la desaparición o una fuerte reducción de los ingresos por causas de enfermedad, maternidad, accidente de trabajo o enfermedad laboral, desempleo, invalidez, vejez y muerte y también la protección en forma de asistencia médica y de ayuda a los familiares con hijos. El área donde se desarrolló específicamente la Pequeña y Mediana Industria (PYME) del estado Aragua, mediante una investigación de campo de tipo descriptiva que permite proponer una serie de Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial. El trabajo de grado se estructura de la siguiente manera:

Capítulo I: El problema, comprende el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, especificando el objetivo general y los objetivos específicos y la justificación. El segundo Capítulo: Marco Teórico; contempla los antecedentes de la investigación, así como las bases teóricas y las bases legales que sustentan la investigación a realizar.

El tercer Capítulo: Marco Metodológico; comprende el tipo de estudio, población y muestra, sistema de variables, las técnicas e instrumentos para la recolección de datos, validez y confiabilidad del instrumento de recolección de datos y las técnicas de análisis de datos. El cuarto Capítulo: Análisis de los resultados, contenido de la aplicación del instrumento de recolección de información y sus respectivos análisis. El quinto capítulo contiene las conclusiones y recomendaciones del estudio, las cuales provienen de los análisis de los resultados, finalmente, se presentan las referencias con la bibliografía consultada que apoya el desarrollo de la investigación y los anexos.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Las sociedades modernas viven hoy en día en un planeta pluripolar, caracterizado por una amplia diversidad de razas, credos y culturas muy diferentes entre sí, lo que es un inequívoco indicador de una clara orientación hacia la globalización mundial; a su vez el mundo, conocido por la sociedad científica como el planeta tierra, se encuentra dividido en cinco continentes América, Asia, Europa, Australia y Oceanía, sin embargo, esta división continental no es suficiente para satisfacer las necesidades de la especie humana.

De tal manera que en la medida en que la especie humana se fue desarrollando en el tiempo, también se desarrollaron nuevos conceptos en lo que a división territorial se refiere, fue entonces cuando se comenzaron a dividir los continentes en países independientes y soberanos. En este sentido, se deduce que cada país tiene sobre sí mismo la enorme responsabilidad de velar por el bienestar de su pueblo, este bienestar se divide en varios componentes, tales como: salud, seguridad, educación, trabajo, entre otros.

En este contexto, la empresa moderna es un sistema abierto, y se comporta como el núcleo dinámico de varias redes de interrelación con usuarios, proveedores y socios. Ya no se limita a una especialización estática en uno o varios productos, sino que identifica sus capacidades tecnológicas básicas para focalizar sus esfuerzos de especialización y basar su diversificación futura sobre un piso sólido de competencias. Es evidente que dicho sistema se relaciona con otras estructuras más

amplias que configuran la sociedad: organismos públicos, consumidores, medio ambiente, mercado laboral, entre otros.

Es así como, dichas relaciones se fundamentan en la incertidumbre que caracteriza el acierto en la toma de decisiones y la gestión orientada al logro de los objetivos económicos y financieros propuestos en las organizaciones. Esa incertidumbre se ve de una forma más contundente debido al dinamismo y cambio que presiden las actividades de la empresa de hoy, de la cual se generan riesgos que deben ser administrados eficientemente con el firme propósito de garantizar el desarrollo armónico de las actividades organizacionales y la obtención de beneficios.

Tales actividades se ven influenciadas por las circunstancias externas y el ambiente económico del país donde se opera. De igual manera, la calidad de la infraestructura física y técnica, así como las condiciones del marco legal y macroeconómico de cada país condicionan, en buena medida, la capacidad de la empresa para llegar a competir en el mercado internacional en tiempos confiables, con un servicio adecuado y sin sobrepagos por ineficiencia. Es oportuno indicar que en las últimas décadas el hombre en su ambición de progreso ha creado tecnologías que lo ayudan a desarrollar su capacidad productiva y con ello su rentabilidad, dejando a un lado el principio fundamental de conservar la armonía con su entorno.

De allí que, Bavaresco, A. (1999) expresa que “el modelo descrito anteriormente entró en crisis por diversos motivos: disminución del ritmo de expansión industrial, crisis del petróleo, desequilibrio en balanzas comerciales, entre otros” (p.295). Esto llevo a identificar como origen de la crisis a la excesiva intervención del gobierno en la economía y, como solución al problema, la reducción del tamaño del Estado en beneficio de la actividad privada y el mecanismo del mercado, como nueva centralidad. Hoy en día se evidencia que ha habido un manifiesto retroceso en estos aspectos, llegando incluso hasta niveles inimaginables

como las privatizaciones, estatizaciones, expropiaciones y hasta el cierre de empresas de diversos sectores de la vida económica, comercios y hasta instituciones educativas.

Actualmente la dimensión social de las organizaciones públicas y privadas es la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial, es por ese motivo que surge el tema de la Responsabilidad Social Empresarial, como recurso estratégico para la sobrevivencia de las organizaciones públicas y privadas, convirtiéndose la práctica de la justicia en una cuestión rentable, siendo la mejor política económica aquella que produce mejores beneficios sociales.

Es por ello, que la responsabilidad social permite que sus trabajadores lo hagan en las mejores condiciones, recibiendo salarios o sueldos acordes tanto con la labor que desempeñen como con las condiciones del mercado. Al respecto, el autor Fridman (1995) indica que la Responsabilidad Social Empresarial: “es una necesidad y una realidad como única salida a los problemas originados por el mismo desarrollo industrial” (p.25), lo cual ha traído como consecuencia la diferenciación cada vez más marcada entre países pobres y países ricos, creando severos problemas de desigualdad social, alto índice de pobreza, el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica y el irrespeto por los derechos humanos.

Por otra parte, se debe señalar que la Responsabilidad Social Empresarial según la Fundación Prohumana de Chile “Es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y la confianza de la empresa hacia sus empleados y las familias de éstos, hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida”, esto va de la mano con la Filantropía que se manifiesta como el “amor al género humano y todo lo que a la humanidad respecta, particularmente, en su forma positiva y constructiva, expresado en la ayuda a los demás sin que necesariamente se requiera de un intercambio o

interés alguno en una respuesta” ambos términos no deben ser confundidos ya que la Responsabilidad es una actitud o capacidad de reconocer las consecuencias de los errores cometidos y tomar la decisión de enmendarlos, mientras la Filantropía es solo una forma de conducta humana.

Por consiguiente, cualquier empresa consolidada desarrolla diversidad de acciones de responsabilidad social respecto a los principales grupos de interés con los que se relaciona: trabajadores, clientes, proveedores y la sociedad en general, desarrollando acciones interesantes pero que no forman parte del cometido empresarial que es ofrecer productos de calidad a un buen precio y obtener de ello un beneficio económico. Bien, ello es cierto solo en parte, pero lo que no conviene a estas alturas es confundir a los verdaderos empresarios que crean riqueza y bienestar en la sociedad, con los negociantes o los meros especuladores que se mueven exclusivamente por el afán personal de lucro, en el plazo más inmediato posible, contribuyendo bien poco o nada a la sociedad de la que se aprovechan continuamente.

Al respecto, Márquez (2000) citado por Nieto (2000), plantea lo siguiente:

La actividad empresarial va asociada implícitamente a los beneficios sociales que comporta, ya sea de manera expresa y voluntaria o incluso sin pretenderlo. Toda empresa "sana" que genera puestos de trabajos directos e indirectos es fuente de riqueza social, más allá de los beneficios que generen sus productos y servicios a sus usuarios y a la propia empresa y sus accionistas. Estos beneficios podrán ser reinvertidos en la empresa para asegurar su crecimiento y seguir generando riqueza, y se convertirán en manos de sus receptores, junto a los salarios percibidos por sus colaboradores, en fuente de consumo, además de aportar ingresos a la Administración para contribuir al desarrollo económico del municipio, región o país, socializándose así la riqueza generada. (p.98)

Es evidente que una empresa existe para producir mercancías o servicios que la sociedad desea y necesita (además de beneficios) y ello en un clima de estabilidad y confianza. El cumplimiento de este objetivo es su primera y principal responsabilidad. Si fracasa en esta misión, no puede esperarse que asuma otras. Para ello, es necesario que sus trabajadores lo hagan en las mejores condiciones, recibiendo salarios o sueldos acordes tanto con la labor que desempeñen como con las condiciones del mercado, que los bienes productivos o los servicios prestados estén de acuerdo con las necesidades de sus clientes y que sus precios sean remunerados, de manera que sus accionistas reciban dividendos por sus inversiones.

Particularmente, el Sector de la Pequeña y Mediana Empresa (PYME), se encuentra constituido por dos tipos de organizaciones y segmentado en Venezuela en dos vertientes: Las Pequeñas y Medianas Industrias, las cuales conforman unidades de explotación económica representadas por una persona jurídica que efectúa actividades de producción de bienes industriales y de servicios conexos; pero cuyos segmentos se diferencian debido a que las Pequeñas Industrias poseen plantas con un promedio entre 11 y 50 trabajadores, y con ventas anuales entre 9001 y 100.000 unidades tributarias; mientras que las Medianas Empresas, tienen plantas de trabajadores con un promedio entre 51 y 100 trabajadores, y sus ventas anuales se encuentran en el orden de 100.001 y 250.000 unidades tributarias.

Ahora bien, en el caso específico de la Responsabilidad Social en las PYMES del estado Aragua, el tema se centra en el valor estratégico de las empresas de este sector en la generación de empleos en Venezuela, así como en la necesidad de contar con estrategias viables para apuntalar la gestión financiera en las organizaciones objeto de estudio, para hacer frente a los parámetros exigidos en el marco de la Responsabilidad Social, toda vez que al ser actividades no implícitas en su gestión formal, su financiamiento genera la necesidad de disponer de recursos económicos que forman parte del capital de trabajo.

Dentro de la situación actual que atraviesan las PYMES venezolanas, la escasez de servicios financieros es sólo una parte muy pequeña de los obstáculos que enfrenta. En tanto, la falta de acceso a servicios financieros e instrumentos de financiamiento son una de las consecuencias de todas las demás imperfecciones que presentan este tipo empresas, incluso se podría decir que existe el acceso a servicios e instrumentos financieros, pero que éstos son más complicados y costosos para los pequeños y medianos empresarios, sobre todo si se habla de la utilización de tales fondos para atender las acciones relacionadas con la Responsabilidad Social, habida cuenta que las mismas no generan un retorno de la inversión a realizar, lo cual convierte esa aplicación de fondos en un gasto para la PYME.

En referencia al tema específico objeto de análisis, se observa que el manejo de las finanzas para asumir los compromisos en torno al tema de la Responsabilidad Social en las PYMES representa un aspecto de vital importancia, dado que mediante la misma se facilita el logro de las metas y objetivos planteados a través del uso racional de los recursos disponibles para tales fines, principalmente los recursos de tipo económicos y financieros, dado que representan el factor clave de toda empresa para la consecución de los niveles de utilidad y rentabilidad propuestos. En tal sentido, la situación a estudiar se sistematiza en atención a la ausencia de mecanismos de evaluación de las inversiones requeridas por las empresas del sector para dar respuesta a la Responsabilidad Social, así como la falta de definición de los procesos relacionados con la distribución de los flujos de caja y efectivo de la organización, hecho que incide en la eficiencia operativa de la gestión financiera de las PYMES.

Los análisis antes desarrollados de forma precedente representan el punto de partida para desarrollar esta investigación, dirigida a proponer Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial; para lo cual se plantearon las siguientes interrogantes de la investigación:

¿Cuál es la situación actual de las funciones relacionadas con la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES del estado Aragua?

¿Qué debilidades presenta la ejecución de actividades relacionadas con la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES del estado Aragua?

¿Es factible diseñar Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial.

Objetivos Específicos

Describir la situación actual de las funciones relacionadas con la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES del estado Aragua.

Identificar las áreas funcionales de las PYMES del estado Aragua para financiar la ejecución de actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial.

Precisar el fundamento teórico y legal que sustenta las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial.

Diseñar las Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial.

Justificación del Problema

La Investigación surge como respuesta a la necesidad existente dentro de las PYMES en torno al cumplimiento de la Responsabilidad Social empresarial, permitiendo a la investigadora presentar alternativas para el ámbito financiero del sector en función de resolver las debilidades y aumentar las fortalezas en cuanto a saber si se está llevando en forma adecuada el desempeño de la Responsabilidad Social Empresarial y su vinculación con la disposición de recursos. Por otra parte, la evaluación del proceso de financiamiento del tema de la responsabilidad social, es de gran importancia para las PYMES, debido a que este proceso deberá ser cumplido mediante el procedimiento adecuado lo cual permitirá obtener información confiable acerca de los procesos dentro y fuera de las empresas.

Esta investigación es importante, ya que por medio de este aporte a la empresas del sector, les permite resolver la problemática existente, la cual se enfoca en la disposición de recursos para el financiamiento de los compromisos implícitos en la Responsabilidad Social Empresarial y en dicha investigación lo que se busca es presentar alternativas que le permitan emprender el compromiso de la Responsabilidad Social sin afectar de forma negativa los resultados económicos de la empresa, de manera de aplicar de modo eficiente la responsabilidad social, con valores éticos y desinteresadamente por el bien de las partes interesadas (empleados, accionistas, asociaciones, gerencia, clientes, bancos, distribuidores, proveedores, comunidad, ONG, Gobierno y entes regulares, ambiente). De esta forma, se contribuye a minimizar el impacto negativo a través de la gestión ambiental y procurando el impacto social en los cuales se enfoca a la calidad de vida laboral y bienestar de los empleados y al de la sociedad general.

Esta investigación beneficia a todo el conglomerado social, dado que aborda el tema bajo una perspectiva actualizada que facilita el conocimiento de las principales implicaciones que se derivan de la aplicación de la normativa legal vigente en materia de responsabilidad social de las PYMES, siendo un concepto novedoso en el ámbito objeto de estudio, de allí que sea necesario desarrollar estudios dirigidos a fortalecer su conocimiento en función de identificar sus implicaciones, proyección y alcances en el ámbito industrial venezolano. De igual manera, este estudio posee trascendencia dado que se analizará la promoción e incentivo del desarrollo de los programas para el ocio, recreación, utilización del tiempo libre, descanso y turismo social y del fomento de la construcción, dotación, mantenimiento y protección de la infraestructura de las áreas destinadas a tales efectos.

De igual manera, la importancia de este trabajo de investigación se sustenta en la pertinencia y necesidad de consolidar la seguridad social que implica la responsabilidad social de las empresas y, por ende, es la única arma de defensa de sector trabajador en cuanto, a la protección, del mismo, ya que es una obligación del patrono brindarle al trabajador dicha protección, las empresas deben contar con las condiciones de seguridad e higiene, condiciones de trabajo y medio ambiente, así como recreación, tiempo libre y ocio, garantizando el desarrollo del trabajo como un hecho social amparado en el texto constitucional.

El alcance del presente estudio se delimita en el análisis de los aspectos relacionados con la responsabilidad social de las empresas en Venezuela, es por ello que se abordara el elemento normativo, que en este caso se refiere al marco legal vigente representado por la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999) y la Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (2005). De igual manera, se plantea la necesidad de conocer los antecedentes que existen en materia de responsabilidad social en el país, por ello, se precisarán los

antecedentes de la Seguridad Social y la Responsabilidad Social, lo cual coincide con el Derecho como valor de justicia.

Es oportuno indicar que a través de esta investigación se planteó una proyección sobre las implicaciones que se derivan de la responsabilidad social de las PYMES en el contexto legal venezolano, principalmente en cuanto a la ejecución de los programas para el ocio, recreación, utilización del tiempo libre, descanso y turismo social y del fomento de la construcción, dotación, mantenimiento y protección de la infraestructura de las áreas destinadas a tales efectos por parte de las empresas en Venezuela. Por esta razón se justifica el desarrollo de esta investigación, dando un aporte a las PYMES mediante una evaluación en el desempeño de la responsabilidad social y su financiamiento para su correcta aplicación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

En el desarrollo de toda investigación es importante tomar en cuenta los conceptos que van a ser administrados a lo largo del mismo, con la finalidad de esclarecer los términos a emplear, por tal motivo la importancia que reviste las consultas bibliográficas en la comprensión del tema a desarrollar. Al respecto, Tamayo y Tamayo (2003:170) plantea:

El marco teórico amplía la descripción del problema e integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas, además es la teoría del problema que tiene como fin precisar y organizar los elementos contenidos en la descripción del problema, de tal forma que puedan manejarse y convertirse en acciones concretas.

A partir de lo expuesto en la cita anterior, se plantea el hecho que el Marco Teórico amplía la descripción de la situación objeto de estudio y relaciona la teoría con los resultados obtenidos en la investigación. Tiene como propósito dar a la investigación un conjunto organizado y coherente de ideas y objetivos que permitan cumplir con el objeto de la investigación y generar conclusiones y recomendaciones válidas.

En el caso de este trabajo de investigación, el tema objeto de estudio está circunscrito a la responsabilidad social, el cual se sustenta en el hecho que toda organización, debería tener un enfoque de responsabilidad social contribuyendo al desarrollo económico sostenible, trabajando con sus empleados; sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar la calidad de vida, que en esta investigación se desarrolla en el sector de las PYMES del estado Aragua.

Antecedentes de la Investigación

Los antecedentes de la investigación constituyen todo lo relacionado con el estudio que se han hecho con anterioridad y guardan relación con el objeto de estudio, con el fin de sustentar, orientar y ampliar todo lo que se ha investigado.

Al respecto, el autor Arias (1997:45), señala que:

Los antecedentes de la investigación se refieren a los estudios previos relacionados con el problema planteado, es decir, investigaciones relacionadas anteriormente y guardan una vinculación con el objetivo de estudio. En este punto se deben señalar además de los autores y el año en que se realizan los estudios los objetivos y principales hallazgos.

De manera tal que a través de un proceso de revisión bibliográfica realizado por el investigador a diversos estudios relacionados con el tema de investigación, se pudo ejecutar un sondeo de investigaciones realizadas con anterioridad y se encontraron limitados trabajos que, de una u otra forma, conforman un avance significativo para la realización de este estudio. A continuación se presentan los trabajos que sirven de referencia a la investigación, contemplando los aspectos concernientes a la relación que mantienen con el estudio.

En este sentido, se señala el trabajo realizado por Araujo (2011) titulado: **Gestión Social Responsable de la empresa Agrolucha, C.A. Período 2010-2011.** Estuvo apoyado en una investigación de campo con sustento en una revisión bibliográfica y fue presentado en la Universidad de Carabobo para optar al título de Magister en Gerencia, mención Administración. El autor fijó sus objetivos en la descripción de la Responsabilidad Social Corporativa y su importancia para lograr la

aceptación de las Organizaciones dentro de la sociedad donde se desarrolla. De la misma forma analizaron las actividades que desarrolla la empresa Agrolucha, C.A. para lograr un desempeño socialmente responsable y así determinar el impacto causado por la empresa dentro de la comunidad, producto de llevar una gestión socialmente responsable.

El investigador logró constatar que en un sistema tan objetado como lo es la Agroindustria, por dedicarse a la producción y distribución de productos alimenticios, se pueden ejercer labores de Responsabilidad Social efectivas donde se retribuya a la comunidad lo que se ha tomado de ella y se participe en el desarrollo de las misma, minimizando los riesgos que implica la utilización de fertilizantes y otros productos nocivos para la salud que son necesario en la producción y comercialización de los productos agrícolas.

La realización de la investigación permitió establecer que existe la necesidad de consolidar la seguridad social que implica la responsabilidad social de la empresa, debido a que se promovería principalmente la defensa del sector trabajador en cuanto a la protección del mismo, pues es una obligación del patrono brindarle al trabajador dicha protección. De igual manera se recomienda a las empresas que deben contar con las condiciones de seguridad e higiene, condiciones de trabajo y medio ambiente, así como recreación, tiempo libre y ocio, garantizando el desarrollo del trabajo como un hecho social amparado en el texto constitucional.

El trabajo antes reseñado se relaciona con esta investigación pues aborda el eje temático de la seguridad del trabajador y el entorno como parte de la Responsabilidad Social, lo cual se toma como base y fundamento para llevar a cabo esta investigación, sólo que se va a circunscribir al sector de las PYMES del estado Aragua.

Asimismo, Fernández (2011), presentó una investigación dirigida al **Análisis del Registro de los Programas Sociales Internos de Responsabilidad Social Empresarial en Grupo La Caridad, C.A.**, en la Universidad de Carabobo para optar el título de Magister en Gerencia mención Administración. Este estudio se sustentó en el modelo del Instituto Brasileño de Análisis Social y Económico (Ibase), debido a que el citado grupo en la actualidad presenta una problemática centrada en la ausencia de reflejo contable de la Responsabilidad Social Empresarial vinculada al recurso humano que la conforma. Se desarrolló a partir de la modalidad de investigación de campo apoyada en un diseño descriptivo en una base documental.

Este trabajo aporta las necesidades de desarrollo manifestadas por las empresas venezolanas las cuales exigen de esquemas holísticos en donde cada uno de los actores sea capaz de alcanzar el reto de dar respuesta satisfactoria a las actividades relativas a la responsabilidad social en el aspecto ético, de los derechos humanos, sociales y ambientales. Otro aspecto que otorga importancia al presente estudio se encuentra en que organizaciones como Empresas Polar, CHEVRON, Coca Cola, Electricidad Caracas, Ford, Mc Donald`s, PDVSA, SIDOR, Banesco Banco Universal, han integrado a sus esquemas operativos estrategias vinculadas a la responsabilidad social, lo cual les ha permitido obtener una mayor interacción con la sociedad, fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras, preocuparse por el deterioro medioambiental, mejorar la organización del trabajo, fomentar la capacitación continua, mejorar sus niveles de competitividad.

Esta investigación se tomó como referencia porque se llevó a cabo bajo la visión administrativa de la responsabilidad social, lo cual le otorga pertinencia con el área de estudio en la cual se desarrolla esta investigación y permite justificarla académicamente.

Finalmente, Estanga, (2010), desarrolló una investigación sobre la **Responsabilidad Social Empresarial en una empresa del sector del plástico ubicada en el estado Carabobo**. Trabajo Especial de Grado no publicado presentado en la Universidad de Carabobo para optar al título de Magister en Gerencia, mención Administración, se ubicó en la modalidad de proyecto factible, para lo cual se analizó el programa de Responsabilidad Social Empresarial implantado en la parroquia Miguel Peña con el fin de establecer debilidades y fortalezas que permitan proponer estrategias que afirmen dichos programas. Este estudio se soportó en un enfoque descriptivo de campo en el cual se detalla el testimonio del gestor del programa aplicado por la empresa y se utilizó la recolección de datos, aplicando la técnica de encuesta mediante dos cuestionarios.

El aporte fundamental de esta investigación fue dar una herramienta a la empresa que beneficiará a todos, e incluso a ella misma, ya que dichos instrumentos se pudieran llevar a los lugares más olvidados de la organización, a la satisfacción del cliente, los trabajadores y la comunidad. Este proceso de cambio que se quiere realizar se debe ver como una forma de tener nuevas estrategias competitivas para así poder maximizar los beneficios a largo plazo.

El investigador concluye que se el programa de Responsabilidad Social posee bases sólidas sin embargo hace falta reforzar ciertos aspectos de la empresa, en tal sentido recomendó mantener las fortalezas e innovar en los programas, para que no quede en una labor social sino que sea parte del desarrollo sostenible de la organización y de esta manera tenga un efecto positivo en lo social, económico y ambiental dentro de la comunidad, siendo aspectos que se abordarán en este trabajo de investigación, sólo que bajo el enfoque de las PYMES del estado Aragua.

Bases Teóricas

Primeramente hay que denotar que el problema objeto de estudio se enmarca dentro de la disciplina denominada “Administración”, la cual es definida por Jiménez Castro, citado por Melinkoff, (1990:7) como: “una ciencia social compuesta de principios, técnicas y prácticas, cuya aplicación a conjuntos humanos permite establecer sistemas racionales de esfuerzo cooperativo, a través de los cuales se pueden alcanzar propósitos comunes, que individualmente no es factible lograr”.

Por ello, dentro del Contexto Teórico se muestran las bases de las diversas teorías y conceptos relativos a la administración, que orienten el sentido del estudio. En este sentido, Balestrini, (2002:91) señala que “una vez que se ha reducido el problema a términos precisos y explícitos; (...), es necesario situar el marco de referencia teórica que orienta el estudio en todos sus aspectos”.

Las Finanzas en las organizaciones

Al desarrollar una investigación sobre las Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial, es imperativo establecer un conjunto de principios y teorías de aplicación universal, las cuales se orientan hacia la fundamentación de los aspectos a ser abordados en el estudio, de allí que sea necesario considerar los puntos de vistas y posiciones teóricas más actualizadas sobre el tema. Al respecto, se plantea el hecho que una organización puede visualizarse, en un momento determinado en el tiempo, como la combinación de recursos que provienen de diversas fuentes: inversionistas que compran acciones, acreedores que le otorgan crédito y utilidades acumuladas en ejercicios fiscales anteriores.

Los fondos mencionados tienen múltiples usos: en activos fijos para la producción de bienes y servicios, en inventarios para garantizar la producción y las ventas, en cuentas por cobrar y en caja o valores negociables para asegurar las transacciones y la liquidez necesaria. En el caso de los entes públicos, los fondos son utilizados para desarrollar programas y planes para la población en general y la ejecución de obras que garanticen medidas y las condiciones necesarias para la ciudadanía pueda desenvolverse en el ámbito económico nacional, garantizando así el crecimiento económico del país.

De manera tal que, los fondos de la organización son estáticos, en un momento dado, aunque el conjunto cambie con el tiempo, cambios que se conocen como flujos de fondos. En un negocio en marcha, los fondos fluyen de manera continua a través de toda la organización. Ahora bien, de acuerdo con Sierra (2009: 90) “El concepto de Gerencia Financiera o Administración Financiera implica que los flujos descritos se manejen de acuerdo con algún plan pre-establecido”.

Es decir, que la Función Financiera estudia precisamente, todo lo relacionado con el manejo de los flujos de fondos en las organizaciones, como es el caso de las PYMES del estado Aragua. De allí que se tome en cuenta que su objetivo, sea conocer el origen y evolución de las finanzas, enfocar los conceptos y técnicas básicos de manera clara. Aunque los conceptos de la Administración Financiera no han cambiado drásticamente, la aplicación de estos en empresas ha sido significativamente influenciada por un ambiente mundialmente competitivo y por cambios significativos en los mercados financieros generando fusiones, creando el mercado de control corporativo donde se han hecho adquisiciones estratégicas que han fortalecido a organizaciones a nivel mundial.

En el desarrollo de la función financiera en las organizaciones, se observa que Gerente Financiero desarrolla actividades principales del mismo como ser: (1)

Determinar el monto apropiado de fondos que debe manejar la organización, (2) Definir el destino de los fondos hacia activos específicos de manera eficiente y (3) Obtener fondos en las mejores condiciones posibles. De allí que su actuación frente al área Financiera está enfocada al análisis y la toma de decisiones financieras, es importante reconocer que en este trabajo de investigación también se enfatiza ampliamente en el uso de la Administración Financiera para alcanzar los objetivos generales de las organizaciones del sector de las PYMES del estado Aragua, dado que así se puede mejorar el conocimiento hacia como utilizar la información financiera para manejar de forma adecuada los recursos financieros para el funcionamiento de este tipo de establecimientos.

Stone (2007:41) plantea que “La Administración Financiera se refiere a como el gerente financiero debe ver hoy con los aspectos de dirección general, mientras que en el pasado solo debía preocuparse por la obtención de fondos y el estado de caja de la organización”. A partir de esta definición, se observa que la administración financiera es una herramienta valiosa para el lograr el propósito de la rentabilidad operativa y en la obtención de lucro.

La combinación de factores tales como la competencia creciente, la inflación persistente, los avances tecnológicos que exigen cantidades apreciables de capital, el medio ambiente y la sociedad, las regulaciones gubernamentales cada vez más estrictas para controlar y la importancia de las operaciones internacionales, ha sido decisiva para obligar al gerente financiero a asumir responsabilidades de dirección general.

De allí que, el desarrollo de las funciones de la administración financiera abarca aspectos puntuales, los cuales permiten conocer cómo se manejan los fondos pueden influenciar estos con el logro de los objetivos en una organización. En opinión de Winzler (2006:14):

Los rasgos de estudio más importantes están relacionados con los temas siguientes: Administración del capital de trabajo, Administración del efectivo y valores negociables, Administración de cuentas a cobrar e inventarios, Financiamientos a corto, mediano y largo plazo y Análisis de razones financieras.

Por otra parte la administración financiera se encarga de la adquisición y financiamiento de los activos en la toma de decisiones; en las cuales las decisiones de inversión indican qué cantidad de activos son necesarios para la empresa para mantenerse funcionando; así como, para qué son destinados cada una de estas inversiones en dichos activos. En el sector objeto de estudio, las decisiones de inversión se basan en la eficiencia de la organización.

De manera que esta disciplina requiere una meta u objetivo para ser comparativamente apropiado, esta es en suposición la maximización de la riqueza de los accionistas; este objetivo está íntimamente ligado con el precio de las acciones; ya que son el reflejo de la inversión, financiamiento y administración de los activos; esto trae consigo dificultades del entendimiento del término; ya que se tiene que ver cuál será el mejor proyecto de inversión que asegura un constante rendimiento en las acciones de los socios, y que reduce las especulaciones.

Es oportuno indicar que el seguimiento del desempeño gerencial en las PYMES y el compromiso con los resultados financieros, supone conocer la contribución de la venta de productos, clientes y células organizacionales para garantizar el resultado del negocio; así como la contribución de la empresa a la sociedad (equilibrio social). La evaluación de la Gestión Gerencial, abarca la definición de parámetros en indicadores de desempeño cualitativo, cuantitativo y económico financiero, para la construcción de modelos de medición, métodos de evaluación y de decisión para la corrección de rumbos y/o la aplicación de modelos innovadores. Gerencia por resultados, en cada una de las áreas claves de acción, es

hoy en día la clave del éxito para la gestión Contable-Financiera visualizando la rentabilidad.

Según Lawrence (2000:3), las finanzas se definen como “el arte y la ciencia de administrar dinero”. Según el autor, las finanzas se relacionan con el proceso, las instituciones, los mercados y los instrumentos que participan en la transferencia de dinero entre personas, empresas y gobiernos. Se habla de la teoría financiera como una teoría que proporciona herramientas tendientes a interpretar los hechos que ocurren en el mundo financiero y sus incidencia en las organizaciones públicas y privadas, ya que reconoce situaciones que pueden transformarse en delicadas para las finanzas de la empresa; como consecuencia de los cambios que han de presentarse dada las épocas en que se desenvuelve el mundo. Esta teoría financiera se manifiesta en las denominadas decisiones básicas, las cuales facilitan el análisis adecuado de alternativas y la selección de la más acorde.

Ahora bien, como una forma de optimizar las operaciones financieras de una organización o institución se puede analizar la planificación financiera, que constituye una herramienta para visualizar el futuro plan financiero, ya que por medio de ella se logra obtener una evaluación de la situación que presenta, y facilita el diagnóstico del escenario futuro en la que se encontrara ella.

Por su parte, las decisiones de financiamiento indican cómo está compuesto el pasivo en la hoja de balance de una empresa; estas varían dependiendo que tan endeudada este la empresa, así como también que las políticas de endeudamiento que le permiten, sean las convenientes; esto se observa como una mezcla de financiamiento, estas, a su vez, deben balancearse con la cantidad de utilidades que la empresa retiene para financiamiento de capitales comunes. La administración de los activos indica la eficacia con la que son manejados tanto las inversiones, como los financiamientos. Una vez que ya se han establecido; por supuesto se da un mayor

énfasis en aquellos activos circulantes debido a la volatilidad del medio externo, el cual incide de forma directa en el funcionamiento de las empresas, incluso las PYMES del estado Aragua.

De igual forma, la administración financiera eficiente requiere una meta u objetivo para ser comparativamente apropiada, esta es en suposición la maximización de la riqueza de los accionistas; este objetivo está íntimamente ligado con el precio de las acciones; ya que son el reflejo de la inversión, financiamiento y administración de los activos; esto trae consigo las dificultades del entendimiento del término; ya que se tiene que ver cuál será el mejor proyecto de inversión que asegura un constante rendimiento en las acciones de los socios, y que reduce las especulaciones.

Se debe tomar en cuenta qué es lo que se requiere maximizar en las PYMES, las utilidades que dejan las acciones, o el precio unitario de cada acción dependiendo de su demanda en el mercado accionario; por esto es importante tomar como patrón de maximización el precio actual de cada acción, con lo cual se ve que tan bien se está desarrollando la empresa dentro de la administración financiera. Otro punto importante a destacar como meta es maximizar la riqueza de los accionistas; pero siempre y cuando la manera con la que se conducen sea responsable y ética con el resto de la empresa; es decir con el objetivo de ésta hacia el consumidor, con sus empleados, con los salarios, los servicios prestados, entre otros.

Finalmente, se puede indicar que la manera usual cómo se organiza la administración financiera consta de tres niveles encabezados por el vicepresidente de finanzas (en una gran empresa), el cual tiene la función de dirigir la administración y dar los informes al director general; en segundo lugar está un tesorero y un contador. El tesorero se encarga de las funciones de la administración financiera, esto es de la inversión, como elaborar presupuestos de capital a invertir, entre otras funciones; financiamiento (relaciones bancarias de inversión, comerciales, relaciones de

inversionistas, desembolso de dividendos); y administración de activos (de efectivo y de crédito principalmente).

En lo que respecta a los recursos financieros, el objetivo es determinar nuevas fuentes de financiamiento, y elevar el nivel de producción de las unidades por medio de la cooperación y la investigación. El término Finanzas para Bernard y Colli (2005:686) significa “la situación de fortuna que corresponde al dinero, el término finanzas viene de la palabra <finer> del francés antiguo que significa pagar”. En otras palabras, se puede definir el término finanzas como el buen uso que se le da al dinero de manera tal que se pueda tener algún beneficio en el tiempo y además la buena administración del mismo tal que se pueda tener un control del efectivo, tomar las decisiones y formular los planes para la aplicación del capital.

En correspondencia a lo anterior, se puede concluir que el control contable juega un papel muy importante para la toma de decisiones de los Administradores Financieros es por ello que mientras esta información sea lo más precisa y confiable cualquier decisión que tome la gerencia va a ser la más acertada. Al momento de analizar la planificación financiera se debe tomar en cuenta que la importancia de la función financiera depende en gran medida del tamaño de la empresa. En las empresas pequeñas como las PYMES, la función financiera suele encomendarse al departamento de contabilidad, pero a medida que la empresa crece, es necesario crear un departamento especial para trabajar el área financiera.

Las finanzas hoy se mueven en un mundo modificado por la acción de la globalización neoliberal que ha originado todo un amplio conjunto de modificaciones en el entorno económico mundial, como un proceso que viene desarrollándose en un mundo cada vez más unipolar, en el cual han desaparecido todos los matices que sientan del discurso de los poderosos de hoy.

De tal manera que las finanzas de las PYMES parten del principio que la civilización se encuentra inmersa en una globalización neoliberal conducente a cambios significativos en las finanzas internacionales y en el correspondiente sistema financiero internacional, ambos representan dos de los pilares básicos del nuevo rediseño económico mundial que contribuye a un reforzamiento de la polarización y concentración de la riqueza que hoy tiene lugar en un reducido número de países, empresas y personas, mientras que en el otro extremo se concentra la marginalidad, la pobreza y la explotación de la mayoría de los miembros de la población de los países del mundo tanto ricos como pobres pero especialmente en estos últimos.

Al respecto Guzmán (2007:47) señala: las Finanzas globales presentan nuevas características:

1. Dominio Absoluto del sistema por el capital financiero transnacional, a través de los bancos transnacionales.
2. Arquitectura financiera donde la dirección es ejercida por el FMI y el BM que trazan las políticas económicas y monetario – financieras.
3. Utilización de la deuda externa como mecanismo e instrumento de negociación e imposición de las políticas de ajuste neoliberal.
4. Aparición de los mercados financieros globales,
5. Preponderancia del capital especulativo sobre el productivo.
6. Orientación de los flujos de capitales en la dirección Norte - Norte.

Cabe destacar que estas características por si solas no permiten explicar el porqué, ni cómo las finanzas actuales dominadas y diseñadas para dar cumplimiento al nuevo patrón de acumulación diseñados por los centros de poder económico destinados a satisfacer los intereses y apetitos de las Empresas Transnacionales (ETN) desbrozan así el camino a una diferenciación cada vez más abismal entre ricos y pobres, para ello se tendría que adentrarse en el análisis del sistema de herramientas utilizadas por el capital financiero transnacional, para la consecución de sus objetivos. Sin embargo, por su importancia, se considera necesario abordarlo como marco contextual de este estudio, con énfasis en los procesos financieros globales, los

cuales, según Stoner (2007:14) se engloban en los siguientes aspectos: “a. Desregulación financiera. b. Fuga y blanqueo de capitales. c. Deuda externa y flujos de capitales. d. Especulación financiera y e. Dolarización de la economía”.

Ahora bien, en los marcos del diseño de las estrategias neoliberales se impone la tesis de la necesidad de llevar adelante en las economías pobres la desregulación de los procesos económicos; para ello se esgrime el planteamiento de que los problemas de precariedad y pobreza en que se hallan sumidos los países subdesarrollados están originados por la ineficiencia del Estado en su desempeño económico; ello conduce a que en la esfera de las actividades financieras se pierda la posibilidad de trazar políticas fiscales, monetarias, con lo cual son abiertos los mercados financieros emergentes a la influencia transnacional y al ataque de los especuladores.

Particularmente, la desregulación de los mercados financieros imposibilita la regulación ordenada de sus mercados, no es ya posible tener políticas fiscales, cambiarias ni arancelarias propias, se entrega la soberanía financiera al capital extranjero, se desprotegen aún más las economías periféricas incrementándose la dependencia externa, el manejo de las finanzas internas dependen ahora de los dictados de los organismos financieros internacionales y del capital transnacional de cómo manejar las mismas y son puestas en función de las necesidades de los centros de poder mundial.

En tal sentido, dicha desregulación de los mercados financieros de los países periféricos se convierte en un nuevo factor que estimula y favorece la fuga de capitales, si en los años 80 ella buscaba las atractivas tasas de intereses que pagaban los bancos de los países del centro, hoy además buscan la seguridad y estabilidad que ofrecen estos bancos.

Como se aprecia estos factores se convierten hoy en una de las principales causas del empobrecimiento y de las crisis socioeconómica por la que atraviesan los países del sur incluido los países ex socialistas de Europa del este y Rusia, recursos financieros, que se hallan en las bóvedas de los principales bancos de los países del centro, elemento que profundiza aún más la brecha entre ricos y pobres. Estos datos son ilustrativos de la terrible situación que atraviesan los ciudadanos de los antiguos países socialistas.

Es pertinente afirmar, que los nuevos planteamientos en materia financiera, están permeados por tres tendencias de naturaleza macro dentro de las cuales se desarrollan y aplican: la globalización, la computarización y las telecomunicaciones y la reorganización corporativa y de los mercados. Estos elementos confluyen en la imperiosa necesidad de adoptar instrumentos y procedimientos para el control de la incertidumbre que entraña cada vez un mayor riesgo, lo cual exige no solo de fórmulas y modelos adecuados, sino también de un personal idóneo y capacitado en habilidades y técnicas financieras y gerenciales.

En la actualidad, el carácter científico de las finanzas viene dado por su preocupación ante el riesgo y la incertidumbre en un contexto globalizado. Su método científico se centra en la valoración neutral al riesgo, a partir del cual se han generado nuevos avances en materia financiera tanto corporativa como de mercado en el pasado reciente.

En base a lo expuesto anteriormente se puede afirmar que las organizaciones necesitan contar con un sistema de planificación financiera, independiente del sector a que estas estén destinadas o el tamaño de las mismas, resulta de gran relevancia la importancia que tiene reconocer que sin un sistema financiero realmente efectivo la empresa no podría arrojar saldos positivos al momento de establecer la productividad, desempeño y rentabilidad de la misma; no podría llevarse la administración de un

empresa sin tomar en cuenta los elementos aportados aquí en esta investigación ya que son fuente fundamental de lo que es la planificación financiera.

Aspectos conceptuales de las Decisiones Financieras

Las decisiones gerenciales, a pesar de la gran variedad de asuntos que los gerentes enfrentan en la amplia gama de negocios existentes, se pueden agrupar en tres áreas básicas: La inversión de recursos. El uso de los recursos en la operación del negocio y la mezcla apropiada de financiamiento para la obtención de recursos (Helfert, 2000).

A fin de tomar las decisiones adecuadas es necesaria una clara comprensión de los objetivos que se pretenden alcanzar, debido a que el objetivo facilita un marco para una óptima toma de decisiones financieras. Comprende los sistemas vinculados a los recursos financieros y el conjunto de normas y procedimientos destinados a asegurar el logro de los objetivos del proyecto.

Decisiones de Inversión: A corto plazo, las decisiones de inversión tienen que ver con el capital de trabajo necesario para atender el negocio al que se dedican las empresas: cuanta disponibilidad en bancos se requiere para que la empresa cumpla los compromisos con proveedores y el pago de los trabajadores; como se debe financiar a los clientes para cumplir con los objetivos de ingresos y al mismo tiempo tener un flujo de caja que garantice la liquidez; y cuánto debe ser el nivel de inventarios de insumos para mantener un ritmo continuo de la operación productiva.

A largo plazo, las decisiones de inversión tienen el objetivo de garantizar el futuro de la operación: cuantos fondos se deben asignar a investigaciones de mercado y desarrollo de nuevos productos o negocios; cuanto se debe invertir en activo fijo para actualizar la tecnología y los procesos; cuanto se debe invertir en el desarrollo

organizacional para garantizar la flexibilidad a los cambios del entorno (Helfert, 2000).

Decisiones de Operación: Las decisiones de operación inciden en las de inversión puesto que su finalidad comprende la escogencia de los mercados que se van a atender y el nivel de participación esperado, determinando así, el nivel de productividad al cual se va funcionar; y en función de la capacidad del mercado y de la competencia, a qué nivel de costos se debe trabajar. La productividad, calidad y nivel tecnológico deben estar implícitos en las decisiones de operación por su impacto en el grado de competitividad de la empresa en el mercado y por consiguiente en el nivel de rentabilidad a alcanzar.

La combinación de las decisiones de inversión y de operación determinan el nivel de utilización de los activos en la generación de los resultados, lo que se conoce como rotación, tanto para el capital de trabajo como para el activo fijo una vez descontada la depreciación acumulada de los equipos en función del tiempo de uso (Bernstein, 1995). Otras decisiones de operación tienen que ver con el gasto de operación y administrativo necesario para la generación y colocación de servicios en manos de los clientes.

Decisiones de Financiamiento: Las decisiones de financiamiento tienen que ver con la fuente de los fondos diferentes a las obtenidas directamente de la operación. En primer lugar están las utilidades retenidas y las ampliaciones del capital con emisiones de acciones, y en segundo lugar el crédito concedido por los proveedores y la contratación de préstamos de corto y largo plazo.

Las decisiones sobre el tipo de fuente de financiamiento van a depender de la aplicación de los fondos requeridos. Si el uso de los fondos es para cubrir necesidades de capital de trabajo, la fuente ha de ser de corto plazo y el tiempo previsto para su cancelación debe referirse al ciclo de comercialización de la empresa. Esto es, el

tiempo que transcurre desde que se obtienen los insumos necesarios para la operación hasta que se recupera la inversión con los ingresos provenientes de la venta de los productos.

Si el uso es para la compra de activos fijos o ampliaciones de planta, la primera fuente debería ser interna con ampliaciones de capital, salvo que la decisión de recurrir a financiamiento con terceros resulte más ventajosa desde el punto de vista financiero y operativo, lo que se conoce como apalancamiento. De ser esta última la alternativa escogida, la contratación del préstamo ha de ser de largo plazo para sincronizar los compromisos con la recuperación de la inversión (Helfert, 2000)

Los estados financieros muestran los efectos de las decisiones gerenciales, proceso que se denomina de empresa en marcha. La calidad de la toma de decisiones es la que determina el incremento o decremento del valor económico de la empresa y por consiguiente es el ámbito de la gestión financiera (Helfert, 2000).

Planificación estratégica

Los enfoques contingenciales y luego la idea de las estrategias son los desencadenantes de una nueva forma de pensar en la que el eje central por la situación coyuntural, la adaptación a los cambios del entorno y el fortalecimiento de habilidades y competencias para enfrentarse a los competidores. Las reglas fijas pierden el valor y el día a día confirman una nueva forma de entender la gestión de un mundo cambiante. La confrontación con la competencia y la gerencia de amenazas y oportunidades del entorno, configuran un nuevo paradigma, sobre todo a nivel de las PYMES.

Esta es la naturaleza de la actividad empresarial, no es un juego de azar ni tampoco existen leyes y situaciones predecibles. El valor del pensamiento estratégico radica en la consideración del entorno y de la competencia como elementos fundamentales. Recapitulando con el autor, la estrategia: 1) es una excelente forma de afrontar la competencia; 2) el diseño o elección de esta es laborioso y obliga a reflexionar tanto sobre las capacidades de la empresa como sobre la de los competidores y acerca del entorno; 3) que la estrategia tiene una vigencia espacial y coyuntural; y 4) que esto obliga a un proceso continuo de revisión y actualización de las estrategias.

Las tendencias más novedosas sobre “estrategias” buscan marcar una diferencia respecto a los diferentes conceptos tradicionales, considerando que la filosofía del lenguaje facilitará a las empresas su permanencia y evolución.

En relación con lo antes dicho, Rojas (1996), representante del Grupo Creces Consultores, de Santiago de Chile, citado por Morrissey (1996:306), plantea una novedosa interpretación de la Planificación Estratégica y expresa que: “más que un análisis de la gestión administrativa tradicional y de las nuevas fórmulas y recetas que aseguran el éxito de la gerencia se debe profundizar un nuevo paradigma, que sea aplicable dentro y fuera de la empresa”.

Esto lo que significa es que el futuro comienza hoy, el intercambio verbal entre dos personas es el punto de partida para obtener resultados favorables y efectivos, con miras a crear el porvenir. De acuerdo con la interpretación del autor chileno, antes mencionado, una nueva forma de ver las cosas muestra que se constituirá en la acción o acciones precedidas por conversaciones, la particularidad de esta interpretación es que el lenguaje debe ser algo trivial para convertirse en el punto de partida de una acción que llevará a un fin, previamente conversado.

El concepto de estrategia ha estado ligado a la dirección de operaciones militares destinadas a lograr objetivos preestablecidos. Obviamente en este caso se le relaciona, más bien, con un conjunto de decisiones y criterios por los cuales una organización se orienta hacia la obtención de determinados objetivos. Los diferentes conceptos de estrategia que se asumen en la presente investigación, involucran el propósito general de una organización, por ende, establecen un marco teórico conceptual básico por medio del cual, éste se transforma y se adapta al medio en que se encuentra, usualmente afectado por rápidos y continuos cambios.

En lo que respecta a las diferentes concepciones de estrategia, vinculadas además, a la planificación, se consideran varias dimensiones con las cuales se puede conformar una definición global. Así, por ejemplo, la definición de los objetivos y sus correspondientes estrategias permitirá seleccionar las actividades prioritarias para el mejoramiento del servicio u organización y aprovechar las ventajas que aparezcan relacionadas con su actividad. Coincidente con esta apreciación, Kendall & Kendall (1997:37), apuntan lo siguiente:

La administración estratégica comprende el tercer nivel del control administrativo de tres niveles. Los administradores estratégicos ven fuera de la organización hacia el futuro, tomando decisiones que guiarán a los administradores medios o de operación en los meses y años por venir... Los administradores estratégicos trabajan en un ambiente de toma de decisiones altamente incierto. Por medio de enunciados de objetivos y la determinación de las estrategias y políticas para lograrlos, los administradores estratégicos definen, de hecho, la organización como un todo... el estilo de decisión de los administradores estratégicos tiende hacia lo heurístico.

Por consiguiente, la definición de estrategia expuesta por Kenneth (1993:51), es apropiada:

Dentro de una compañía la estrategia corporativa es un patrón o modelo de decisiones que determina y revela sus objetivos, propósitos o metas; asimismo, dicho patrón produce las principales políticas y planes para lograr tales metas... establece la clase de organización económica o humana que es o pretende ser...

Tomar en consideración y analizar los factores descritos, constituye el punto de partida para analizar las finanzas públicas en el contexto de las PYMES del estado Aragua, en la que se definen la misión, visión, valores estratégicos, organización, medios y actuaciones particulares para una acertada aplicabilidad del comportamiento financiero, mediante un proceso gerencial que implica la identificación plena de la dirección empresarial, la evaluación de los riesgos, el manejo de alternativas novedosas y eficaces, la propuesta de las estrategias como tal, la implantación, la gestión, el seguimiento, control y actualización.

Es así como, las definiciones que se pueden dar de la misma están supeditadas a los múltiples campos de acción en los cuales puede aplicarse, derivando así en que existan definiciones y descripciones de estrategia desde varios puntos de vista, entre los cuales resaltan:

Mintzberg, y Brian (1991:5), hacen referencia sobre Estrategia como:

...aquel patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes.

Aquí lo que se quiere expresar es que los objetivos y metas establecen qué es lo que se va a lograr y cuándo serán alcanzables los resultados, pero no establece cómo serán logrados, por lo que todas las organizaciones, coexistiendo en una

compleja jerarquía, poseen múltiples metas; por lo que se considera hacer la siguiente aclaratoria. En primera instancia, las estrategias formales efectivas contienen tres elementos esenciales, a saber:

Las metas (u objetivos) más importantes que deban alcanzarse, las políticas más significativas que guiarán o limitarán la acción, las principales secuencias de acción (o programas) que deberán lograr las metas definidas dentro del límite establecido. De acuerdo con lo antes establecido la estructura determina la orientación general y la acción central de la organización, su formulación no puede considerarse tan sólo como la mera generación y alineamiento de programas para lograr las metas predeterminadas. El desarrollo de metas es parte integral de la formulación de las estrategias.

En segundo lugar, las estrategias efectivas se desarrollan alrededor de pocos conceptos clave e impulsos, eso les da cohesión, equilibrio y claridad. Algunos impulsos son temporales; otros son continuos y perseveran hasta el final de la estrategia, por lo que las unidades organizacionales deben coordinarse y las acciones deben controlarse para apoyar la partida asignada a los impulsos propuestos, de lo contrario, toda la estrategia fracasará.

En tercer lugar, la estrategia no sólo comprende lo impredecible, sino también lo desconocido. Para las estrategias empresariales fundamentales, ningún analista podría predecir, de manera precisa, cómo las fuerzas que se contraponen actúan entre sí, o como serán distorsionadas o cambiadas por la naturaleza humana o las emociones, o modificadas por la imaginación. En consecuencia, la esencia de la estrategia es construir una posición que sea tan sólida en ciertas áreas, que la organización pueda lograr sus metas a pesar de lo imprevisible del comportamiento, cuando se presenta la ocasión de las fuerzas externas, como en el caso de las empresas del sector cervecero.

Y, por último, el cuarto criterio establece que cada una de las estrategias debe ser más o menos completa, congruente con el nivel de descentralización deseado. No obstante, cada una debe modelarse, como un elemento de cohesión de las estrategias principales de alto nivel. Asimismo, Blank, (1990:136), define Estrategia como: “un enfoque general y amplio que guía las actividades principales que se han diseñado para obtener los objetivos a largo plazo”.

En este sentido, Stoner y Wankel, (2006:198), definen Estrategia como:

...el programa general para definir y alcanzar los objetivos de la organización y poner en práctica su misión. Programa implica un papel activo, racional y bien definido que desempeñan los gerentes al formular la estrategia de la organización. La misión de una organización es la razón misma de su existencia que la distingue de todas las demás... La estrategia es el patrón de las respuestas de la organización a su ambiente a través del tiempo. Esta comprende realmente todas las actividades críticas de una firma. Provee un sentido de unidad, dirección y propósito, así como facilita los cambios necesarios inducidos por el medio ambiente de una firma.

Este concepto de estrategia se encuentra enmarcado dentro de la acción gerencial, ya que representa el punto de partida de todo programa organizacional. De tal perspectiva surge la vinculación de dicho contenido con este trabajo, en vista que la organización, en la mayoría de los casos, no toma en cuenta a la estrategia como principio para fortalecer la delimitación de sus actividades. En este orden de ideas, Sallenave, (1995:42), define la planificación estratégica como:

El proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo. De hecho, el concepto de estrategia y el de planificación están ligados indisolublemente, pues tanto el uno como el otro designan una secuencia de acciones ordenadas en el tiempo, de tal forma que se pueda alcanzar uno o varios objetivos. En una empresa existen varios niveles de planificación estratégica y éstos dependen de su complejidad

organizacional. En el caso de la pequeña y mediana industria, donde todas las decisiones son tomadas por el dueño, la planificación estratégica es solo una expresión para designar la lógica que sigue el patrón en sus acciones.

En función de lo antes expuesto se establece, que la estrategia está orientada a la planificación como punto vital para la administración racional de los recursos disponibles de una empresa, organización e institución. Si bien las estrategias pueden ser intencionales (ya sea como planes generales o maniobras específicas), por supuesto también pueden elaborarse. En otras palabras, no es suficiente definir la estrategia como plan; se requiere también una definición que abarque el comportamiento que se desea que se produzca. Asimismo, según Mintzberg y Waters (1985), citado por Mintzberg y Brian (1991:15), los cuales expresan que “la estrategia es un modelo, específicamente, un patrón en un flujo de acciones”.

Según esta definición, la estrategia es consistencia en el comportamiento, tanto si es intencional como si no lo es, de allí que es necesario tomar en consideración las definiciones básicas de estrategia y planificación estratégica, ya que estos aspectos pueden garantizar el éxito de la gestión bancaria. En relación con lo antes expuesto, la estrategia permite a los líderes saber cómo intentar establecer direcciones específicas para las organizaciones, y así encauzarlas en cursos de acción predeterminados. La estrategia como plan también abarca el aspecto fundamental de la percepción, primordialmente como se conciben las intenciones en el cerebro humano y qué significan en realidad las intenciones. Al estudiar la estrategia como plan es importante de alguna manera que entre en la mente del estratega, para así saber lo que en realidad pretende.

La estrategia debe llevar, como pauta de acción, al plano de la competencia directa, donde las amenazas y los artificios, y otras maniobras son empleados para obtener ventajas. Esto ubica al proceso de desarrollo de la estrategia en su escenario

más dinámico, donde los movimientos de una parte provocan los contra movimientos de la otra y así sucesivamente. Sin embargo, por irónico que parezca, la estrategia en sí es un concepto enraizado, no en el cambio, sino en la estabilidad de los planes y patrones establecidos.

La estrategia no puede verse como sinónimo de resultado, se trata de un curso de acción que pueden conducir o no al resultado deseado. El éxito de la estrategia dependerá de múltiples factores: 1) lo acertado del análisis de los recursos, capacidades, fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades; 2) la evaluación realizada de los competidores; 3) la evolución del entorno y su consonancia con las previsiones, planes y cálculos; y 4) las acciones de la competencia.

Para el autor Serna, (1999), citado por Freed (2004:17), la planificación estratégica como “el proceso mediante el cual quienes toman decisiones en una organización obtiene, procesan y analizan información pertinente, interna y externa, con el fin de evaluar la situación presente de la empresa”; y también agrega “así como su nivel de competitividad con el propósito de anticipar y decidir sobre el direccionamiento de la situación hacia el futuro” (p.17).

Lo que quiere decir, que la estrategia es un proceso que dirige la manera de pensar estratégicamente, donde sólo se involucra a todo el personal que tenga capacidad para tomar decisiones relacionadas con el desempeño presente y futuro de la organización. Buscando que sea lo más participativo posible, que se sientan involucrados, comprometidos con los valores, la visión, la misión y los objetivos de la organización.

De acuerdo con esto Freed, (2004:163), al hacer referencia a la Planificación Estratégica, expone: “Consiste en realizar todas aquellas actividades gerenciales que relacionan con el hecho de prepararse para el futuro, las tareas específicas incluyen

hacer pronósticos, establecer objetivos, diseñar estratégicas, elaborar políticas y fijar metas”.

Por su parte el autor Sallenave (1995:42), define la Planeación Estratégica como el “proceso por el cual los dirigentes ordenan sus objetivos y sus acciones en el tiempo”. Asimismo, Mintzberg y Quinn (2003), definen la estrategia en los siguientes términos:

En el campo de la administración, una estrategia es el patrón o plan que integra las principales metas y políticas de una organización y, a la vez, establece la secuencia coherente de las acciones a realizar. Una estrategia adecuadamente formulada ayuda a poner orden y asignar, con base tanto en sus atributos como en sus deficiencias internas, los recursos de una organización, con el fin de lograr una situación viable y original, así como anticipar los posibles cambios en el entorno y las acciones imprevistas de los oponentes inteligentes. (p. 5)

Tal y como lo han señalado los autores antes citados, la planificación estratégica viene a ser el proceso de hacer explícita la misión y las metas de la empresa, tomar en cuenta el ambiente en que ésta ópera, las estrategias que debe aplicar para lograr las metas, los programas incluidos por las estrategias y, por último, la retroalimentación que mide si estos elementos se identificarán de manera correcta.

De manera tal que el término estrategia se refiere a aquello que los directivos quieren que logre la organización, y a su vez, sirve de guía a los mismos en cuanto al futuro desarrollo de la empresa. Para Koontz y Weihrich (1998:89), La estrategia “es la definición de las ideas y objetivos esenciales a lo largo del tiempo de una empresa, tomando en cuenta la realización de los estudios y obtención de los recursos para lograr los objetivos propuestos”. Para David, (1999:10): "Las estrategias son los medios por los cuales se lograrán los objetivos". Las diversas estrategias empresariales incluyen expansión geográfica, adquisición de competidores, diversificación, obtención de control sobre los proveedores o distribuidores,

desarrollo de productos, penetración en el mercado, disposiciones, liquidación o una combinación de algunos de estas acciones, principalmente en las empresas del sector PYMES del estado Aragua.

Al mismo tiempo, Mintzberg y Quinn (2003:276), definen a los planes estratégicos como:

La determinación de los objetivos específicos y metas de largo plazo en una empresa, junto con la adopción de cursos de acción y distribución de los recursos necesarios para lograr estos propósitos. Comúnmente hablamos sobre planes y estrategia como sinónimos.

Por su parte, Steiner (2003), afirma que la palabra estrategia ingreso a la literatura de la gerencia empresarial para significar aquellas acciones que toda empresa realiza como respuesta a la posible acción de un competidor. Literalmente, la palabra estrategia significa el arte de los generales. O en su sentido actual, estrategia es aquella acción que la alta dirección de una empresa realiza y que es fundamental para ella. Este es un concepto muy amplio que incluye propósitos, misiones, objetivos, programas y métodos claves para llevar a cabo o implantar dichas estrategias, de lo cual se desprenden algunas características:

1. Es un patrón de decisiones coherente, unificador e interactivo.
2. Determina y revela el propósito organizacional en términos de los objetivos a largo plazo, programas de acción y prioridades en la asignación de recursos.
3. Selecciona los negocios de la organización o aquellos que van a estar.

Para Garrido, (2003), el término aplicado a la gestión de negocios, a pesar de ser relativamente reciente, ya ha sufrido numerosos enfoques y conceptualizaciones que han servido para configurar todo un cuerpo teórico que hoy se conoce como gerencia estratégica.

Garrido (2003), plantea que la estrategia entendida como una acción encaminada a conseguir un objetivo ansiado por varios competidores, en un momento y bajo condiciones determinadas, define perfectamente el quehacer empresarial. Circunscribiéndose a la gerencia de negocios, pueden darse como ciertas y como líneas maestras, para comprender el concepto de estrategia, las siguientes apreciaciones:

1. La estrategia siempre se refiere al enfoque (Scope) de la actividad organizacional.
2. La estrategia siempre relaciona las actividades con el entorno en el cual opera.
3. La estrategia siempre relaciona las actividades con los recursos de que se dispone.
4. Las decisiones estratégicas suelen tener un gran impacto sobre las organizaciones.

Según Freed (2004:293) define estrategias "...el programa general para definir y alcanzar los objetivos de la organización; la respuesta de la organización a su entorno en el transcurso del tiempo". Por su parte, Chiavenato, (2003:364) en términos empresariales la estrategia se define como "la movilización de todos los recursos de la empresa en el ámbito global tratando de alcanzar los objetivos a largo plazo". El mismo autor cita las características de la estrategia en una organización:

- Envuelve la organización como una totalidad
- Es un modelo para alcanzar los objetivos organizacionales
- Es orientada a largo plazo
- Es decidida por la alta gerencia de la organización

Finalmente, el propósito de las estrategias es determinar y transmitir, a través de un sistema de objetivos y políticas básicas, una imagen acerca de qué tipo de empresa se desea proyectar. Las estrategias no pretenden describir con exactitud cómo se han de lograr los objetivos, ya que esta es la tarea de incontables programas de apoyo mayores y menores. Pero las estrategias ofrecen una estructura para orientar el pensamiento y la acción.

Responsabilidad Social Empresarial

La responsabilidad es una manera de auto evaluación orientada en el juicio de la propia conciencia empresarial. Pero también la responsabilidad abraza la idea de rendir cuentas acerca de las obligaciones y compromisos. Al integrar estas dos dimensiones se puede comprender que toda conducta humana se relaciona con la responsabilidad. Ella es consecencial al ser humano y, como toda capacidad, puede ser valorada en sus alcances de máxima responsabilidad o de irresponsabilidad. En el ser humano sus decisiones derivan de su libertad. Es así como la actividad empresarial, al estar determinada por la acción de los seres humanos, se desenvuelve dentro del ámbito de la ética.

Al respecto, el autor Márquez (2010:89) indica que:

La responsabilidad social empresarial ha estado sometida a una acelerada evolución durante las últimas décadas. Esto ha determinado una forma de actuación de las organizaciones para enfocarse en aquellas necesidades que presentan las áreas o zonas adyacentes a ellas como una medida para retribuir el posicionamiento y liderazgo que han mantenido.

A partir de lo citado, se evidencia que la responsabilidad social implica responder, es decir, hacia su interior y rendición de cuentas, es decir, hacia su exterior, asimismo, la responsabilidad social obedece a esta tensión entre lo interno y lo externo. Esta doble vinculación, igualmente convoca la distinción planteada entre

ética y moral. La última palabra de la trilogía es empresarial. Esta alude explícitamente a la entidad que sume las acciones. El punto de desarrollo de la empresa actual la coloca como una congregación de personas que se organizan para trabajar en función de la generación de determinados productos o de particulares servicios. La sobrevivencia de una empresa depende de que continuamente pueda producir valor con lo que ofrece, añadir valor a lo que hace, y enraizar valores a través de su manera de proceder. Son estos tres conceptos de valores los que aportan distinción a una empresa y los que determinan su posicionamiento y reputación, es decir, su competitividad.

De esta manera, la distinción hecha entre los términos: “responsabilidad”, “social” y “empresarial” conduce a señalar que la integración de los tres se expresa como Responsabilidad Social Empresarial (RSE) que, en sentido explícito, significa la respuesta hacia adentro y la rendición de cuentas hacia fuera de las acciones desarrolladas a favor de las personas, de los grupos de la sociedad, y del ambiente. A simple vista, se observa que esta definición resulta restringida por el apego mecánico de los significados asociados a los términos que la integran.

Por consiguiente, al momento de iniciar este trabajo, se hizo necesario consultar las fuentes bibliográficas para constituir un soporte referencial que permita al investigador comprender las implicaciones del problema. Es por ello que a través de las teorías, conceptos, enfoques y proposiciones se conforman las bases teóricas que sirven de apoyo en todo estudio. En tal sentido, se recopiló información sobre los aspectos más relevantes de la RS, desarrollo sustentable, programas sociales, planificación operativa y sobre la administración pública, en vista de que el objeto de estudio reside en el cumplimiento de este principio en el sector de las PYMES.

Origen de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

Muchos pensadores coinciden que el origen de la responsabilidad social de las empresas viene dado por la aparición del libro “La riqueza de las naciones” de Adam Smith, ya que esta visión contribuye a identificar al mundo empresarial con la maximización de beneficios. Ahora bien, aunque este planteamiento todavía priva en algunos sectores económicos y empresariales, ya a partir de los años veinte del siglo pasado se comenzaron a ejercer acciones inspiradas en la caridad y la beneficencia que llevaron a pensar que, además del altruismo individual, podría considerarse una actitud filantrópica de la empresa.

Pero no es sino hasta los años treinta durante la gran depresión económica, y después a mediados de los cuarenta, tras el desastre de la segunda guerra mundial, cuando se afianzó el debate sobre las relaciones entre empresa y sociedad al delimitar, por parte de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), las obligaciones del sector privado de la economía respecto al progreso de la sociedad. Entre ellas se menciona la importancia de la generación de empleos y del mejoramiento de las condiciones de trabajo como obligaciones, no sólo de las instituciones públicas, sino también de las empresas.

Durante los años setenta, Milton Friedman planteó un escenario meramente economicista, asegurando que la responsabilidad de las empresas debe limitarse al cumplimiento de las leyes, así como a las regulaciones de la actividad económica y al respeto a las leyes de la libre competencia. A finales de los setenta y durante los ochenta, se dan pasos importantes que apuntan a superar los sesgos del reduccionismo económico y la regulación legal, y es aquí donde la importancia de la ética representa el mejor recurso para prevenir cualquier tipo de autorregulación, al entender que la ética no solo cubre el ámbito individual y privado sino que se extiende a las esferas organizativas.

Al respecto, el citado Friedman (2004:41) plantea que:

Dicho explícitamente, esto significa que si bien es cierto que el sólo y exclusivo comportamiento ético individual no asegura el desenvolvimiento ético de las organizaciones, es igualmente cierto que no puede haber un auténtico desempeño ético de las organizaciones independientemente del comportamiento ético de las individualidades que las integran.

De manera tal que la tendencia hoy en día es alinear e integrar iniciativas sociales con la actividad empresarial, ya que precisamente la responsabilidad social impulsa el fortalecimiento de la empresa y la lealtad de los consumidores hacia una determinada marca. La conciencia social del líder y su deseo de hacer un aporte a la sociedad, han cambiado el entorno de los negocios durante la última década.

Asimismo, la creciente importancia de la dimensión social de la empresa es uno de los cambios recientes de mayor impacto. Se podría pensar en una evolución de las empresas. Las poblaciones en todo el mundo esperan que las empresas contribuyan a la solución de problemas sociales. Esta presión y el descubrimiento de que las inversiones en el campo social son rentables, condujeron a una nueva etapa, en la cual lo social y lo económico se integran en la búsqueda de la sostenibilidad.

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

Anteriormente, se solía relacionar el concepto de "responsabilidad social empresarial" con donaciones y acciones de caridad. Las empresas apostaban más y estaban concentradas en aquellos consumidores con altos niveles de ingreso. Sin

embargo, esa concepción ha cambiado. Los empresarios se están acercando más a aquellos sectores de bajos recursos y éstos, a su vez, están pasando de ser beneficiarios a clientes potenciales, proveedores y hasta socios. Los empresarios los ven ahora como actores económicos, impulsando beneficios no sólo para este sector, sino también para la empresa.

En este orden de ideas, el instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social de Brasil, (2008:99) establece que:

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 sustentable de la sociedad, preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales.

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

De esta forma, muchos empresarios no conocen a la población de bajos recursos, la idea es establecer alianzas con esta comunidad e incorporarla a la fuerza de trabajo, así como diseñar nuevos métodos de investigación de mercado. Asimismo, es necesario potenciar el negocio con la incorporación de emprendedores sociales y organizaciones comunitarias.

En este mismo orden de ideas, la Fundación Prohumana de Chile Citada por el autor Luque (2009:99) en cuanto a la responsabilidad social empresarial establece que:

Es la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso, así como también de la confianza de la empresa hacia la sociedad en general y hacia la comunidad local, en pos de mejorar el capital social y la calidad de vida.

Durante los últimos años el tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha tomado una creciente importancia a nivel internacional, pero al mismo tiempo ha generado un fuerte debate sobre sus alcances e implicaciones, sobre todo por la aparente dificultad de cómo poder llevar a la práctica un concepto que incide de manera directa en la imagen de la empresa en la sociedad, con el consiguiente riesgo reputacional, todo ello dentro de un entorno de negocios globalizado en el que se han incrementado las demandas sociales sobre el papel desempeñado por las empresas, el impacto de sus actividades en la sociedad y en el medio ambiente.

Este nuevo enfoque en la manera de hacer negocios ha hecho replantear los esquemas tradicionales de gestión empresarial, propiciando la gerencia del cambio organizacional basada en los planteamientos de la Responsabilidad Social Empresarial, haciéndolos coincidir con el objetivo fundamental de convertir la empresa en un motor de desarrollo económico, pero de manera ética y socialmente responsable, sin priorizar el beneficio o la utilidad económica de la inversión sobre aspectos reprochables desde un punto de vista social.

Particularmente, para el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) de Suiza, Citado por Luque (2009:6), se define la Responsabilidad Social Empresarial como:

Es el continuo compromiso de los negocios para conducirse éticamente y contribuir con el desarrollo económico mientras mejoran la calidad de vida de sus empleados y familias, así como de la comunidad local y sociedad en general. Resaltando que no existe una definición única pues generalmente esta depende de la cultura,

religión o tradición de cada sociedad. No existe una talla única, por lo que se debe diseñar una para caso y necesidad. (p.6)

Ahora bien, el desarrollo de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial debe ser voluntario por parte de las empresas, basándose en la idea central de que las mismas son organizaciones que responden a criterios éticos de comportamiento, los cuales son moldeados día a día en su interacción con el entorno, conformando una cultura ética empresarial adecuada a las realidades, exigencias y requerimientos de los llamados grupos de interés.

En base a lo anteriormente expuesto se tiene que en la definición de la Comisión Europea, (2009:152), la Responsabilidad Social Empresarial:

Es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, el entorno y las relaciones con sus interlocutores.

Es así que, al estar sustentada esta cultura ética empresarial en la libertad de la empresa para actuar y tomar sus propias decisiones, dentro de un marco de diálogo y de consenso, no se tiene ninguna justificación para que las acciones de Responsabilidad Social Empresarial sean impuestas de manera obligatoria por otros actores en particular por el sector estatal y/o gubernamental.

En base a esto, se tiene que para definir la responsabilidad social deben considerarse una serie de aspectos, referidos por autores como Luque (2009:129) quien plantea que: “se refiere al grado de eficiencia de una organización para asumir sus responsabilidades sociales”. Es decir, la Responsabilidad Social Empresarial debe ser necesariamente entendida como un esquema integral de responsabilidades

compartidas entre todos los actores que concurren en la actividad empresarial, quienes conforman una compleja red de relaciones y de valores en cada uno de los eslabones de la cadena de valor.

La cadena de valor empresarial, más que una herramienta para la evaluación de las ventajas competitivas, es un mecanismo de apoyo para el desarrollo de las acciones de Responsabilidad Social Empresarial, permitiendo la identificación del impacto económico, social y medioambiental de los procesos; la evaluación de sus fortalezas, opciones, debilidades y amenazas, así como el diseño y la implementación de las estrategias y cursos de acción que permitan alcanzar el desarrollo sostenible. En tal sentido, Guédez (2008:67) establece que:

Los cambios generados a nivel internacional en el entorno de negocios han desplazado el enfoque tradicional de la empresa basada en los accionistas por el enfoque de los grupos de interés, bajo el cual se asume que las empresas no rinden cuentas única y exclusivamente a sus accionistas, sino que también deben tomar decisiones compartidas con todos los actores sociales de su entorno: Empleados, proveedores, gobiernos nacionales y regionales, clientes, consumidores y organizaciones sociales, entre otros.

En base a lo anteriormente expuesto se tiene que, el manejo de las relaciones de la empresa con sus grupos de interés permite, de una manera natural, efectiva y en un adecuado clima de confianza, desarrollar esa cultura ética empresarial basada en valores universales como la honestidad, la transparencia, la comunicación y el diálogo.

La visión de la empresa respecto a su filosofía, metas y políticas, en el marco de la sociedad ha ido transformándose en la última década. El factor fundamental para este cambio está relacionado con el mayor protagonismo de los consumidores y la fuerza trascendente que opera desde el mercado. En esta era, los productos y sus

responsables, son sujetos a un control exhaustivo continuo en función de valores que van más allá de la calidad y eficiencia.

En este criterio, interviene de manera sustancial un nuevo concepto que prevé y atiende no solo las necesidades propias de un producto y/o servicio con más ética, el nivel de compromiso de la empresa con la sociedad es fundamental, siendo ponderado cada vez con mayor incidencia en las expectativas de los consumidores. El nuevo concepto interpreta la estrecha relación del éxito de sus negocios con la percepción del cliente según el grado de compromiso o involucramiento social.

El compromiso con la comunidad se refiere a las diferentes acciones tomadas por la empresa para maximizar el impacto de sus contribuciones en dinero, tiempo, productos, servicios, influencias, administración del conocimiento y otros recursos que dirige hacia las comunidades en las cuales opera.

Cuando estas iniciativas se diseñan y ejecutan en forma programada y estratégicamente, no sólo se entrega un valor agregado a los receptores, sino que además estas iniciativas refuerzan la reputación de las empresas, sus marcas y productos en las comunidades locales donde ellas tienen intereses comerciales , así como en el resto del mundo. A tal efecto, Guédez (2008:141) establece que:

Los esfuerzos de las empresas están siendo motivados por los beneficios económicos que conlleva un mayor involucramiento con la sociedad. Esto incluye el incremento de las ventas, mejora en la moral de los empleados, refuerza la habilidad de competir en el mercado regional, como consecuencia de empleados calificados y el ser un "vecino predilecto" de la comunidad. Muchas empresas también reconocen la oportunidad y necesidad de destinar recursos privados hacia problemas sociales particulares, supliendo el rol del gobierno en distintas áreas.

En consecuencia, una vez analizadas estas definiciones y argumentos, se puede decir que la RSE es un modelo gerencial mediante el cual las organizaciones adoptan una visión humanística desde la óptica social, económica, y ambiental, con el objeto de preservar el uso de los recursos, mejorar las condiciones de las zonas adyacentes y cumplir con el marco legal vigente de modo que pueda afianzarse el capital social y consolidarse el desarrollo sustentable.

Elementos de la RSE

El objetivo de la RSE es suministrar elementos de dirección y gestión consistentes para el desarrollo de un modelo de empresa sostenible, que satisfaga las necesidades de los grupos de interés y que genere externalidades socialmente responsables. Por consiguiente, la consecución de estos objetivos está sujeta a unos principios básicos congruentes con el concepto de responsabilidad social empresarial y las necesidades de los grupos de interés, es así como Ferrel (2007) amplía los conocimientos al respecto, basándose en sus estudios se puede decir que dentro de estos principios se encuentran el de la Transparencia, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de la organización.

Transparencia: Está basado en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es modificado según las expectativas sociales.

Materialidad: Supone que las organizaciones deben tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la responsabilidad social empresarial, así como todas las actividades e impactos, tanto directos como indirectos.

Verificabilidad: Indica que las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. Así mismo, está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes pueden comprobar esas actuaciones.

Visión amplia: Establece la necesidad de que una organización concentre sus objetivos de RSE en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Debe considerar el impacto que produce a nivel local, regional, continental y global, con un sentido claro de legado para futuras generaciones.

Mejora continua: Este principio relaciona la RSE con la idea de gestión continuada, que tiene por objetivo principal la supervivencia de la organización.

Naturaleza social de la organización: se basa en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las organizaciones, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico. Destaca el valor y el papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización.

De esta manera, se tiene que, es importante señalar que cada uno de estos principios es concurrente y esencial para que una organización adopte de una forma efectiva un comportamiento responsable que garantice la aplicación de acciones de carácter ético, de formación y preservación ambiental indispensables para la consolidación del desarrollo sustentable.

Ahora bien, en forma general estos principios lo que buscan es formar unas bases sólidas en cuanto a los elementos que se pueden desprender de las diversas definiciones que existen referente a la responsabilidad social empresarial. Esto obliga a las empresas a organizarse y así aplicar los principios sociales y ambientales que conllevan a una mejor gestión.

En base a lo anteriormente expuesto se establecen los elementos más importantes que comparten las diversas definiciones, expuestas hasta ahora y estos son los siguientes:

Compromiso de las empresas: Referido a la responsabilidad o compromiso de las compañías de operar de tal forma que agregue valor a la sociedad. Ahora bien, este se caracteriza por una visión asociada al recurso humano que comprende aspectos como competencia y calificación del trabajador, prácticas no discriminatorias, facilidades de información, mayor equilibrio entre trabajo y familia, seguimiento de incapacitados, aprendizaje necesidades reales de información lo que da origen al derecho a afiliación, otra a salud y seguridad en el puesto de trabajo.

Decisión Voluntaria: Varias definiciones resaltan el enfoque de carácter exclusivamente voluntario de la RSC y no regulada por ley. La responsabilidad social empresarial no debe ser vista como una imposición de una obligación hacia la sociedad asumida por las empresas, en la cual las empresas con categoría de socialmente responsables van a maximizar sus efectos positivos sobre la sociedad y minimizar sus efectos negativos.

Beneficios para la sociedad y públicos de interés: Este es un tema amplio, sin embargo algunas definiciones son específicas en listar a las comunidades, clientes, proveedores, empleados y familias como parte de la sociedad que debe beneficiarse de las operaciones de la compañía, estando está asociada a la dimensión externa relacionada con las comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos, problemas ecológicos y desarrollo sostenible.

Conducta Ética: La ética en estas definiciones se mueve más allá de las expectativas tradicionales de los negocios, e incluye las expectativas de la sociedad acerca de lo que significa prácticas de negocios aceptables. La conciencia de una

responsabilidad social empresarial parte del reconocimiento que la empresa no es solamente una institución que se dedica a vender productos o servicios para obtener ganancias, sino que dependiendo y nutriéndose de su entorno, ella influye necesariamente sobre este. Suele afirmarse que la empresa debe ser un ente de naturaleza social con una misión de servicio a la comunidad y con gran de solidaridad y preocupación por el bienestar colectivo.

Esto significa que debe ocuparse no solo de su crecimiento económico, sino también del bienestar comunitario. En la ética empresarial que se origina en esta concepción, las utilidades constituyen una justa retribución al capital, contribuyendo así al desarrollo de la sociedad a través de la justa remuneración del trabajo. Gran parte del desarrollo se centra en la preparación de las bases para que una actividad adecuada del sector privado genere los empleos e ingresos necesarios para dar lugar a una sociedad más equitativa y próspera.

Desempeño Ambiental: Aunque la RSC es un concepto amplio que atañe varios aspectos de la operación del negocio en distintos ámbitos, el desempeño en el cuidado del medio ambiente comúnmente resaltado. Ahora bien, En definitiva, una empresa se considerará económica, medioambiental y socialmente responsable cuando responda de forma satisfactoria a las expectativas que sobre su funcionamiento tienen los diversos grupos de interés y se responsabilice de las consecuencias y los impactos que se deriven de sus acciones.

A tal efecto, la implementación del principio de la responsabilidad social empresarial ha tenido un incremento progresivo en las empresas como consecuencia de las diferentes presiones que reciben del entorno social, así como la propia conciencia empresarial. De igual manera es fundamental que la gestión no solo se sitúe a nivel operativo sino también que debe integrarse a nivel estratégico como un elemento más a considerarse como generador de ventajas competitivas, y para ello al

momento de llegar a la implementación de la RSE se den tomar en cuenta los elementos que la conforman para que aplicación se exitosa y genere el éxito de la empresa.

En resumen, las entidades que sepan integrar adecuadamente la responsabilidad social empresarial tomando en cuenta cada uno de los elementos que la conforman, tanto en su estrategia como en su nivel operativo, tienen grandes posibilidades de conseguir ventajas que les facilite un mejor posicionamiento estratégico.

Alcance de la responsabilidad social empresarial

Desde hace ya algunos años se viene concientizando a diversos sectores sobre la importancia de la responsabilidad social empresarial, es conocido que en el mundo existen innumerables esfuerzos para desarrollar alguna normativa que contribuya a este esfuerzo; así hay que reconocer los esfuerzos de la Organización Internacional del Trabajo en cuanto a la materia se refiere. Una empresa tiene responsabilidades con la sociedad que van más allá de la mera producción y comercialización de bienes y servicios, sino que también implica el asumir compromisos con los grupos de interés para solucionar problemas de la sociedad.

A tal efecto, Friedman (2004:285) establecen que:

Frecuentemente los consumidores son llevados hacia marcas y compañías consideradas por tener una buena reputación en áreas relacionadas con la responsabilidad social empresarial. Es por cierto entonces, una de las ventajas que trae la responsabilidad social corporativa, ya que también importa en su reputación entre la comunidad empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capital y asociados, y también con los empleados dentro de la empresa.

De esta manera, se tiene que, en este escenario cambiante, donde aparece la responsabilidad social empresarial como factor de equilibrio, se pueden visualizar los siguientes alcances como concepto en el desarrollo de las actividades empresariales:

- Alcance social y de desarrollo: Desde este punto de vista la RSE se centra en las actividades realizadas por la empresa con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa a ésta, cumpliendo con el sentido del deber y considerando en esto a los grupos más vulnerables.
- Alcance solidario e igualitario: En esta noción la empresa se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas, en este sentido es que se reconoce la existencia implícita de derechos y deberes, por parte de las empresas y la sociedad.
- Alcance de autorreferencia: Esta noción considera sólo el interior de la empresa, es decir, la relación que se produce entre ésta con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa, enfocándose solo al mercado y visualizando a la empresa como generadora de ganancias.
- Alcance ético sistémico: Se considera una visión integral de la empresa en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus grupos de interés de manera permanente, de ahí el carácter sistemático de esta noción, por considerar las acciones socialmente responsables como permanente en el tiempo.
- Alcance ético y de valores: Ésta noción parte a raíz de lo expuesto en los puntos anteriores, considerando la RSE como reflejo de la empresa o las personas que están a cargo de éstas, destacando el énfasis de trabajar bajo valores y difundirlos a todas las áreas, fomentando el surgimiento de una ética corporativa que va a sustentar el proceso de toma de decisiones en la empresa.

Ahora bien, asumir una posición de indiferencia ante los crecientes problemas que están afectando a la humanidad, tales como la contaminación ambiental, violencia, desorden social, pérdida de principios y valores, aumento de los estados depresivos, deslegitimación del orden establecido entre otros, será para el mundo entero la peor catástrofe vivida. Tomando en cuenta la responsabilidad social en un sentido amplio y con la importancia que requiere el tema se puede decir que el alcance de la RSE está determinado por el interés o compromiso de cada empresa.

A los fines de establecer y evidenciar que el alcance de la RSE es amplio y depende de diferentes factores, los cuales Luque (2009:134) establecen que:

Es hora de replantear la responsabilidad social de la empresa en todas sus dimensiones y alcances, pues de no hacerlo, para ella misma y para toda la sociedad, podría traer el desmoronamiento de toda la humanidad, es por ello que hay que asumir una conducta de liderazgo en cuanto al tema se refiere, con una posición ética, moral y de responsabilidad que no permita seguir construyendo un nefasto y fatídico futuro.

Es así como, el tema del alcance de la responsabilidad social en las empresas, aún no ha sido asimilado con la suficiente seriedad que merece, pues su filosofía y la forma en que se ha venido tratando, tiende a ir en contradicción con los intereses empresariales, los que son sin discusión alguna, producir ganancias, es decir, que la actividad empresarial sea un ejercicio rentable.

En este mismo orden de ideas, el alcance de la responsabilidad social lo determina el plan de acción del que haga uso la empresa para cumplir con esta, ya que según las directrices de este puede o no tener un alcance amplio y complejo o más bien un alcance escuálido, dicho de otra forma, las personas que manejen las empresas deben comprender que las acciones que se realicen con el fin de desarrollar la responsabilidad social empresarial no son un gasto, y que todo lo que se use en

beneficio de ellas representa una inversión que genera ganancias y utilidades, en algunos casos de forma inmediata, y en otros a mediano y largo plazo. En tal sentido, Luque (2009:231) establece que:

Es poco probable que una empresa asuma una política de responsabilidad social si se le convierte en un gasto que va en contra de sus intereses y estados financieros, pues no podemos desconocer que en el lenguaje empresarial todo se mide en costos de inversión y en la recuperación de la misma. Cuando se adquiera conciencia de que la Responsabilidad social es una inversión que produce retornos en utilidades, los empresarios y directivos asumirán un liderazgo positivo en el tema, y esto es más que probable, es una realidad hacer de la responsabilidad social una acción de ganancias para la misma empresa.

En función de lo expuesto, se puede indicar que mientras las empresas originen planes de acción para integrarse a la responsabilidad social empresarial, su alcance será mucho más amplio donde se verán involucrados más grupos de interés y así el alcance de la RSE será relevante, lo que originará ganancias a la empresa.

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

Sin embargo, al hablar de las PYMES del estado Aragua se puede indicar que la responsabilidad social puede verse desde el punto de vista interno; desde motivar a los empleados con un código ético que clarifica las normas de acción y los valores que sirven de referencia a la hora de tomar decisiones. De igual forma, se pueden presentar sólidas líneas de actuación que orientan en una dirección y sentido

determinado. Para el sector objeto de estudio, son acciones que pretenden contrarrestar el subjetivismo y la perspectiva a corto plazo. Los códigos no limitan sólo las actuaciones de los trabajadores, sino también ponen cotas al poder del directivo. Lograr una homogeneización cultural dentro de una organización pública es un proceso de cambio, debido a que coordinar personas exige la clarificación de unos valores que sirvan de estructura para la gestión flexible.

Pequeña y Mediana Empresa (PYME)

Dentro de los tipos de organización empresarial se encuentran: las empresas grandes (Microempresas), las empresas intermedias (Medianas), y, las pequeñas empresas; la importancia de estas dos últimas se ha acrecentado y además con resultados eficaces en los países de América Latina, así como en todo el mundo, éstas representan un modelo de empresa para lograr excelentes resultados no sólo en la economía sino en la sociedad de cualquier país.

Cabe destacar que la gerencia moderna, especialmente la que concierne a la empleada por la pequeña y mediana empresa, no puede pasar por alto las características que los actuales escenarios empresariales presentan, en donde se manifiesta una dinámica competitividad en donde la calidad y productividad son requisitos fundamentales para permanecer en los mercados.

En tal sentido Mayora (2005:185) establece que “La importancia de la pequeñas y medianas empresas radica en que son la columna vertebral del desarrollo económico de los países”. El conjunto de pequeñas y medianas empresas que prosperan en la sociedad, es donde se debe contar con una buena gerencia efectiva a fin de favorecer su desarrollo productivo.

De esta manera, García (2007:254) establece que “La empresa es la institución o agente económico que toma las decisiones sobre la utilización de factores de la producción para obtener los bienes y servicios que se ofrecen en el mercado”. La actividad productiva consiste en la transformación de bienes intermedios (materias primas y productos semielaborados) en bienes finales, mediante el empleo de factores productivos (básicamente trabajo y capital).

Para poder desarrollar su actividad la empresa necesita disponer de una tecnología que especifique que tipo de factores productivos precisa y como se combinan. Asimismo, debe adoptar una organización y forma jurídica que le permita realizar contratos, captar recursos financieros, si no dispone de ellos, y ejercer sus derechos sobre los bienes que produce.

Para Ramirez (2006:217) a modo de establecer una definición de empresa establece que:

La empresa es el instrumento universalmente empleado para producir y poner en manos del público la mayor parte de los bienes y servicios existentes en la economía. Para tratar de alcanzar sus objetivos, la empresa obtiene del entorno los factores que emplea en la producción, tales como materias primas, maquinaria y equipo, mano de obra, capital, etc... Dado un objetivo u objetivos prioritarios hay que definir la forma de alcanzarlos y adecuar los medios disponibles al resultado deseado.

Toda empresa engloba una amplia gama de personas e intereses ligados entre sí mediante relaciones contractuales que reflejan una promesa de colaboración. Desde esta perspectiva, la figura del empresario aparece como una pieza básica, pues es el elemento conciliador de los distintos intereses.

De tal forma, Colmenares (2007:205) define empresario como “La persona que aporta el capital y realiza al mismo tiempo las funciones propias de la dirección:

organizar, planificar y controlar”. En muchos casos el origen de la empresa está en una idea innovadora sobre los procesos y productos, de forma que el empresario actúa como agente difusor del desarrollo económico. En este caso se encuentran unidas en una única figura el empresario-administrador, el empresario que asume el riesgo y el empresario innovador. Esta situación es característica de las empresas familiares y, en general, de las empresas pequeñas.

Por otra parte, y a medida que surgen empresas de gran tamaño, se produce una separación, entre las funciones clásicas del empresario. Por un lado, está la figura del inversionista, que asume los riesgos ligados a la promoción y la innovación mediante la aportación de capital. Por otro lado, se consolida el papel del directivo profesional, especializado en la gestión y administración de empresas. De esta forma, se produce una clara separación entre la propiedad y la gestión efectiva de la empresa.

En esta perspectiva, para Chacón (2008:187) “El empresario actual es un órgano individual o colegiado que toma las decisiones oportunas para la consecución de ciertos objetivos presentes en las empresas y de las circunstancias del entorno”. El empresario, individual o colegiado, es el que coordina el entramado interno de la empresa con su entorno económico y social.

Las PYMES en la Unión Europea

Los criterios utilizados por la Comisión de las Comunidades Europeas para definir a la Pequeña y Mediana Empresa son:

- Plantilla de la empresa: No más de 250 trabajadores.
- Volumen de facturación: No superior a 40 millones de euros
- Balance general anual: No superior a 27 millones de euros

- Independencia: Que el 25% o más de su capital o de sus derechos de voto no pertenezca a otra empresa, o conjuntamente a varias empresas que no respondan a la definición de PYME

Este umbral podrá superarse en los dos casos siguientes: Si la empresa pertenece a sociedades públicas de participación, sociedades de capital riesgo o a inversores institucionales, siempre que estos no ejerzan, individual o conjuntamente, ningún control sobre la empresa.

Si el capital está distribuido de tal forma que no es posible determinar quién lo posee, y si la empresa declara que puede legítimamente presumir que el 25% o más de su capital no pertenece a otra empresa o, conjuntamente, a varias empresas que no responden a la definición de PYME. Cuando se requiere distinguir entre empresas pequeñas y medianas, se define como empresa pequeña aquella que:

- No tenga más de 50 trabajadores.
- Tenga un volumen de negocios anual no superior a 7 millones de euros, o un balance general no superior a 5 millones de euros.
- Cumpla el criterio de independencia.

Sin embargo, es necesario precisar que el Banco Europeo de Inversiones (BEI), en sus programas, considera como pequeñas y medianas empresas aquellas con menos de 500 trabajadores y con una participación máxima de un tercio del capital en manos de una empresa de grandes dimensiones.

Las Pymes en Latinoamérica

FUNDES (La Fundación de Soluciones Empresariales) como institución que brinda ayuda referente de las PYMES en 10 países de América Latina, muy

particularmente con el Programa “Mejora de las Condiciones del Entorno Empresarial”, busca llenar el vacío de información en función de la disponibilidad y la calidad de los datos estadísticos existentes en los países que conforman la Red de países participantes.

De esta forma, luego de múltiples intentos para recopilar información y estadísticas, recientemente presentaron un primer resultado del trabajo en el que participaron las diez unidades del Programa en la Red, donde se demostraron las definiciones por estratos empresariales, la cuantificación de las empresas a partir de la definición más frecuente, la distribución espacial y sectorial de las empresas para cada uno de los diez países y con lo cual esperan contribuir con las personas e instituciones interesadas en las PYMES para mejorar su información para la toma de decisiones.

En Argentina el criterio de definición es el de ventas anuales. Sin embargo, la definición difiere (bajo el mismo criterio), dependiendo si la empresa es manufacturera, comercial o de servicios. Sin embargo, Bolivia maneja tres criterios; ventas, activos y empleo (los dos primeros contabilizados en base a salarios mínimos), pero sin embargo, la definición oficial es por empleo;

Por su parte, Chile maneja dos criterios, uno por empleo y otro por facturación (establecida en unidades de fomento), siendo éste último el más utilizado. En Colombia se manejan los parámetros de planta de personal y activos totales, según la nueva ley MiPyME (ley 590 del año 2000). Para la clasificación de aquellos micros, pequeñas y medianas empresas que presentan combinaciones de parámetros, el factor determinante es el de activos totales.

En Costa Rica, se manejan criterios por empleo; activos; inversión en maquinaria, equipo y herramientas; y ventas anuales. En El Salvador, las autoridades

gubernamentales de apoyo (la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa-CONAMYPE y el Banco Multisectorial de Inversiones-BMI), combinan el número de empleos con el valor de activos en sus definiciones de PyME. Algunas entidades privadas de apoyo (como Swisscontact, GTZ y Fundapyme), centran su atención exclusivamente en el número de empleados.

En Guatemala, este país tiene tres definiciones por empleo; una del Instituto Nacional de Estadística, otra de la Cámara de Comercio y una tercera de Promicro (OIT). La definición oficial se encuentra en el Acuerdo Gubernativo 178-2001 donde clasifica a la micro, pequeña y mediana empresa según el número de empleados, con la participación del propietario. Por su parte, México cuenta con solo un criterio de definición (empleo). Sin embargo, la definición cambia dependiendo si la unidad económica es manufacturera, comercial o de servicios. En Panamá tienen una definición basada en los ingresos brutos o la facturación anual.

Las PYMES en Venezuela

En el caso particular de *Venezuela*, no existe una definición ni conteo oficial para las empresas comerciales y de servicios; solo de las manufactureras. A partir de la promulgación del Decreto Ley para La Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria - PYMI (12/11/2001), se introduce una nueva definición que establece como parámetros para las PYMES; el número de empleados y el nivel de ventas en unidades tributarias.

En las industrias que no puedan ubicarse en ninguno de los parámetros establecidos, deberán usar una metodología que establecerá el reglamento del Decreto Ley, y adicionalmente, como elemento novedoso el legislador define al “emprendedor” (Persona interesada y capaz de identificar, evaluar y desarrollar una idea hasta transformarla en un concepto de negocio operativo o en un producto,

mediante la obtención de los recursos necesarios para su ejecución y posterior comercialización). Forma en la cual no se tiene una definición cuantitativa - operativa al respecto.

La Pequeña y Mediana Industria en Venezuela, según Alvarez, (2003:69):

Es una unidad fuertemente influida por los socios más activos que determinan un conjunto de características típicas, como por ejemplo: la identificación de la empresa con las características más resaltantes de los socios, relaciones empresariales basadas en el prestigio del socio o propietario, incluso confundido en muchos casos con su patrimonio y prestigio personal. Además estrechos contactos individuales con el personal, los proveedores y los clientes.

Dentro de esta definición, para establecer las diferencias entre una pequeña y mediana empresa Álvarez (2003:71) toma en consideración, principalmente, el número de trabajadores en nómina, como criterio base para definir a éstas. De tal forma que se considera como pequeña empresa a toda unidad industrial que:

- Genere un empleo entre 15-75 personas.
- Su capital no excede los tres millones de bolívares.
- La inversión de origen nacional sea superior al 95 % del total y no se contemplen pagos de regalías.
- Sea dirigida por los socios propietarios, quienes no posean en propiedad más de una unidad industrial, y no pertenezcan a grupos económicos nacionales y/o extranjeros.
- Las ventas totales no sobrepasen los cuatros millones de bolívares por unidad de producción y el beneficio bruto no exceda al 25 % de los ingresos provenientes de la actividad normal de la industria.

- El mercado de su zona de influencia no sobrepase los límites de la región, a excepción de aquellas industrias que por carácter especializado cubran el mercado nacional.

Dentro de este mismo esquema, el citado autor clasifica como mediana industria aquella que:

- Genere empleo entre 76-150 personas.
- Su capital sea superior a los tres millones de bolívares, pero inferior a ocho millones.
- Los socios o propietarios no posean en propiedad más de una unidad industrial y que no pertenezcan a grupos económicos nacionales o extranjeros.
- Que la inversión nacional sea superior al 90 % del capital suscrito y que no contemplen pagos por regalías.
- Que las ventas totales no sobrepasen los 10 millones de bolívares y que el beneficio bruto no exceda del 20 % de los ingresos provenientes de la actividad normal de la empresa.

Las PYMES se definen también, como una forma específica de organización económica, clasificada en actividades industriales comerciales y de servicios, que además combinan factores como capacidad, trabajo y medios productivos, a fin de alcanzar los bienes y servicios necesarios para satisfacer diversas necesidades en un sector de actividad determinado y en un mercado de consumidores. Según el artículo 3 del Decreto No. 1547, 09 de Noviembre del 2001, correspondiente a la “Ley de promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria. PYMI”, se establece que la PYME: Artículo 3°. A los efectos del presente decreto de Ley se entiende por:

Pequeña Industria, la unidad de explotación económica realizada por una persona jurídica que efectúe actividades de producción de bienes

industriales y de servicios conexos, comprendidas en los siguientes parámetros:

1. Planta de trabajadores con un promedio anual no menor de 11 trabajadores ni mayor a 50.
2. Ventas anuales entre 9001 unidades tributarias y 100.000 unidades tributarias.

Mediana Industria, la unidad de explotación económica, realizado por una persona jurídica que efectúe actividades de producción de bienes industriales y de servicios conexos, comprendida en los siguientes parámetros:

1. Planta de trabajadores con un promedio anual no menor a 51 trabajadores ni mayor a 100 trabajadores.
2. Ventas anuales entre 100.001 unidades tributarias y 250.000 unidades tributarias.

Es sabido que en Venezuela las Pymes aportan más del 13% del PTB, y dan empleo al 55% de toda la población activa, quedando el 17% empleado en la gran empresa, el 16% ocupado en el sector público y el 12% desempleado (aunque actualmente por la situación política y crítica del país, esto ha aumentado). Tomando por base el sector privado solamente, que las PYMES generan el 77% del empleo de ese sector. Lo cierto es, que en Venezuela hay alrededor de 1.300.000 microempresas y unas 68.000 pequeñas y medianas empresas, de las cuales 56.000 activas en comercio y servicio y 12.000 en manufacturas.

A todo ello se agrega otros datos que son importantes de ser considerados, tales como: el que el 18% de las organizaciones venezolanas nunca realizan actividades de entrenamiento; 51% de ellas invierten esporádicamente en el desarrollo de su capital humano y sólo 31% invierte de manera sistemática; es decir, casi de 7 de cada 10 organizaciones venezolanas, no están convirtiendo el conocimiento y el aprendizaje organizacional en una herramienta rentable para apalancar el desarrollo de ventajas competitivas.

Seis de cada diez gerentes prefieren una estructura organizacional jerarquizada, de alto control y baja delegación de equipos autodirigidos, estando más orientados al poder, al mando, que al aseguramiento de resultados, lo que no favorece el uso del desarrollo de la competitividad entre el personal. Seis de cada diez evitan el conflicto, tienen una orientación de corto plazo y pobres habilidades para planificar; tres de cada diez gerentes consideran que la competitividad entre los empleados origina más daños que beneficios.

Ahora bien, para Pérez (2007:201):

Las Pymes venezolanas están muy lejos de un paradigma industrial moderno y competitivo, dado a que una minoría (5%) utiliza tecnología avanzada, basa su competitividad en la calidad de diseños, la flexibilidad productiva y la oportunidad de las entregas y exporta directamente como proveedora de productos intermedios para empresas grandes que exportan.

La gran mayoría son empresas familiares y atienden solo a consumidores nacionales, esto significa que el sector empresarial todavía no posee gran desarrollo de las PYMES las cuales en la actualidad son una gran ventaja competitiva en el mercado mundial. A ello se agrega, de acuerdo a Hernández (2007:358) que “La gran mayoría de las pymes venezolanas orientan sus relaciones a corto plazo, buscando soluciones inmediatas”. Esto a costa del deterioro del futuro de las relaciones, las decisiones son centralizadas y rápidas, más intuitivas que racionales y en cuanto al manejo del cambio es visto como una imposición a la cual hay que reaccionar con urgencia, convirtiéndose en una gran causa ya que la competitividad en el ámbito global exige una orientación más a largo plazo.

Lo cierto, es que la Pyme venezolana en un gran porcentaje, no ha sabido inculcar la relevancia de hacer uso de las normativas de la calidad, dejando una gran vacía en este aspecto, lo que es fácil de ser atacada por empresas competidoras que si

se preocupan de ello. Hay muy pocos especialistas de calidad y productividad, así como muy poca atención a ello, por lo que ya se ha comentado, ausencia de una filosofía de calidad, cultura de ésta y baja productividad de acuerdo a índices que permitan ser altamente competitivos.

Es por ello, que resulta válido cuando se hace notorio, el que no existe una aplicación dinámica de las nuevas tecnologías, el proceso de adaptación al cambio hacia un nuevo paradigma económico mundial ha sido muy lento y con un poco de resistencia contribuyendo de esta forma a la falta de utilización y mejora de las tecnologías y ser más competitivo. De esta forma, para Martínez (2006:186) “Es necesario que la gerencia asuma y aplique las estrategias acompañada de los nuevos tópicos gerenciales, nuevas herramientas organizativas para enfrentar a la competencia, a la demanda de las necesidades que los mercados actuales requieren”.

Ahora bien, en base a lo anterior se establece que la gerencia de las empresas venezolanas deben cultivar una visión con mayor horizonte hacia el futuro, con una capacidad superior de anticipar y sobre todo, una mayor disposición a actuar con constancia y disciplina sin que ello implique necesariamente un sacrificio de la flexibilidad y adaptabilidad ante el cambio, de lograrse se obtiene una gran ventaja competitiva

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

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 recolección de datos, los instrumentos, los procedimientos y las técnicas de análisis. En tal sentido en este capítulo se especifican los aspectos que contienen la metodología empleada para la realización del estudio sobre las PYMES del estado Aragua.

Es así que, el contexto metodológico se refiere al conjunto de procedimientos, técnicas y métodos que se siguen y utilizan para realizar una investigación. Al respecto, Palella y Martins (2003:73) señalan que la metodología es "... una guía procedimental, producto de la reflexión para desarrollar y coordinar operaciones destinadas a la consecución de objetivos intelectuales o materiales del modo más eficaz posible".

Tipo de Investigación

El tipo de investigación es un aspecto muy importante debido a que según el tipo de estudio varía la estrategia de investigación, en este sentido de acuerdo a los objetivos planteados, se ubica en la modalidad de proyecto factible, el cual según el Manual de Trabajo de Grado de especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Experimental Libertador (2005:07) consiste en:

La elaboración de una propuesta de un modelo operativo viable, o una solución posible a un problema de tipo práctico, para satisfacer necesidades de una institución o grupo social. La propuesta debe tener apoyo, bien sea en una investigación de campo, o en una investigación de

tipo documental; y puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos.

Esta modalidad de investigación es susceptible de ser aplicada, aprobada y comprobada en cuanto a su efectividad porque lo que se quiere lograr es erradicar las fallas en los procesos seleccionados, actualizados y adecuarlos a las necesidades actuales; como en el asunto concerniente a la presente investigación; proponer Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial. En base a la definición antes señalada se puede decir que el estudio se combinó con una investigación de campo, definida según el Manual de Trabajo de Grado de Especialización y Maestría y Tesis Doctorales de la Universidad Experimental Libertador (ob. Cit): “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, a predecir su ocurrencia” (p.5)

En tal sentido se tiene que, de acuerdo a la forma en que se recolectó la información, se utilizó la investigación de campo, la cual permitió interactuar con la realidad estudiada. La Universidad Bicentenario de Aragua (2006:47) establece que “los estudios de campo se caracterizan porque los problemas que estudian surgen de la realidad, y la información requerida debe obtenerse directamente de ella”. De tal forma que la recolección de datos directamente de la realidad donde ocurren los hechos, sin manipular o controlar las variables, estudiando los fenómenos sociales en su ambiente natural, tal como afirma Arias (1997).

Adicionalmente, se utilizó el enfoque cuantitativo, dado que se examinaron datos de manera numérica. De acuerdo a ello, Cook y Retechart (2004), citados por Ávila (2006) expresan que la investigación cuantitativa tiene una concepción lineal,

dicha relación debe existir entre los elementos del problema de investigación, y de allí se deberá buscar el tipo de incidencia existente entre cada elemento.

Población y Muestra

Población

Tamayo y Tamayo (2003:67), señala que la población es la totalidad del fenómeno en donde las unidades de población poseen una característica común, cuyo estudio da origen a los datos de la investigación. Por lo cual, la población constituye la totalidad de los sujetos de la investigación.

De acuerdo a Sabino (2003:87), la población se conceptualiza como: “un conjunto de elementos que poseen características similares, y que por la relación que poseen muestran particulares homogéneas”. De allí pues, la población se corresponde al conjunto de personas relacionadas con elementos que poseen características comunes de los cuales se pueden extraer datos para realizar la investigación. En el caso del presente estudio la población estuvo representada por las PYMES ubicadas en el Municipio Girardot del estado Aragua, las cuales, según la Cámara de Industriales del estado Aragua, representan un total de setenta y seis (76) empresas, las cuales poseen la característica común de ser consideradas como pequeñas o medianas empresas y se encuentran registradas en la citada cámara.

Muestra

Según Hernández, Fernández y Baptista (2005:302), la muestra se define como: “una unidad de análisis o un grupo de personas, contextos, eventos, sucesos, comunidades, de análisis; sobre la cual se habrán de recolectar datos, siendo representativa de una determinada población que se estudia”. De esta manera, se

puede afirmar que la muestra constituye un subgrupo o subconjunto de los trabajadores considerados como población.

Conforme a lo expuesto por Hernández y otros investigadores (2006:240), la muestra se define como: “un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”.

Por consiguiente, la muestra en esta investigación quedó determinada selectivamente por aquellas organizaciones que estén en capacidad de suministrar la información sobre las PYMES ubicadas en el Municipio Girardot del estado Aragua.

En realidad, pocas veces el investigador puede medir toda la población, por lo que se obtiene o selecciona una muestra, y se pretende que este subconjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población. Dadas las características de la población, se tomó como unidades de estudio a los individuos vinculados con el proceso objeto de estudio, que en atención a lo expuesto por el citado autor se ubica en el 30% de la población, lo cual da como resultado veintitrés (23) empresas.

Al respecto, el autor Ramírez (1999:91), señala que: “La mayoría de los autores han coincidido en señalar que para los estudios sociales con tomar un aproximado del 30% de la población se tendría una muestra con un nivel elevado de representatividad”.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

Una vez seleccionado el diseño de investigación y la muestra de acuerdo a la problemática planteada, la etapa subsiguiente consiste en recabar los datos pertinentes

sobre las variables estudiadas, para así, codificar las mediciones obtenidas a fin de que fueran analizadas bajo ciertos criterios de fiabilidad.

Según Hurtado (2000:89) las técnicas de recolección de datos son: “el conjunto de procedimientos y recursos de que se sirve el investigador para la ejecución del trabajo indagatorio”. Razón por la cual, cuando el investigador requiera de recolectar los datos utilizará como técnica la encuesta, definida por Bisquerra (1999:121), como “la captación de la opinión más repetida en referencia a una determinada materia y para lo cual se requiere de un grupo de preguntas realizadas a un conjunto de personas que fueron consideradas como muestra y representan a una población.”

Por ello, la investigadora utilizó la técnica de la encuesta para recolectar la información y de esta manera, diagnosticar la situación actual de las funciones relacionadas con la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES del estado Aragua. Por otro lado, Hurtado (2000:145), expresa que los instrumentos son "las diferentes herramientas de las cuales se vale un investigador para realizar el proceso de recolección de la información".

Para llevar a cabo la recolección de la información el instrumento que se empleó fue un cuestionario, explicando lo siguiente Arias (2006): “Es una tarjeta contentiva de las preguntas y opciones de respuesta, la cual es siempre llenada por el encuestador” (p.72); así se desarrolló un listado de preguntas que satisficieron los objetivos, expresadas de manera cerrada, con opciones de respuestas dicotómicas.

Según Tamayo y Tamayo (2000) lo define de la siguiente manera “es un instrumento formado por una serie de preguntas que se contestan por escrito, a fin de obtener la información necesaria para la realización de una investigación” (p.208). En todo caso, el cuestionario con el cual se recolectó la información estuvo constituido por preguntas de tipo cerradas, y con alternativas de repuestas “SI y NO”.

Validez y Confiabilidad de los Instrumentos de Recolección de Datos

Validez

De acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2003:243), “La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir”. El autor para medir la validez del instrumento utilizará el procedimiento conocido con el nombre de Juicio de Expertos, el cual se aplicará de la siguiente manera:

1. Se seleccionarán tres (03) expertos: uno (01) en diseño de instrumentos de recolección de datos, uno (01) en metodología de la investigación y uno (01) en contenido del área en estudio; para que evalúen de manera independiente los ítems o preguntas del instrumento, en términos de relevancia o congruencia, claridad en la redacción y la tendenciosidad o sesgo en su información.
2. Cada experto recibirá información escrita acerca de: (a) Propósito del instrumento; (b) Objetivo general; (c) Objetivos específicos; (d) Operacionalización de las variables e indicadores.
3. Cada experto recibirá una planilla de validación de datos en donde se recogió la información por él suministrada. Este instrumento contiene los siguientes aspectos por cada ítem o pregunta: Congruencia, Claridad, Tendenciosidad y Observación. Se recogen y analizan las planillas de validación y se toman las siguientes decisiones: (a) En los ítems o preguntas donde existió un 100% de coincidencia favorable entre los expertos (Ítems o preguntas congruentes, escritos claramente y no son tendenciosos) quedarán incluidos en el instrumento; (b) Los ítems o preguntas donde exista un 100% de coincidencias desfavorables entre los expertos quedan excluidos del

instrumento; (c) Los ítems o preguntas donde existía coincidencia parcial entre los expertos serán revisados, reformulados y nuevamente validados.

El instrumento de recolección de datos debe estar conformado por: (a) Portada del instrumento; (b) Carta presentación del instrumento; (c) Instrucciones; (d) Preguntas que conforman el instrumento; (e) Planilla de evaluación del instrumento; (f) Carta de validación del instrumento debidamente firmada por cada uno de los expertos evaluadores.

Confiabilidad

Según Hernández, Fernández y Baptista (2005:235), “La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados”. Sabino (2002:91), establece que la confiabilidad “una medida de consistencia de la escala que nos evalúa su capacidad para discriminar en forma constante entre un valor y otro.”

Para medir la confiabilidad de un instrumento, se seleccionará entre los diferentes métodos existentes, Por tanto, la confiabilidad, se determinó por medio de la aplicación del Kuder Richardson, cuyo cálculo y resultado se ubicó en los anexos del trabajo final de investigación.

Vale destacar, que el resultado de confiabilidad obtenido a través de este coeficiente, se debe encontrar entre los parámetros que determinan un valor óptimo, es decir, $1 \geq \alpha \geq 0.9$. El resultado de la confiabilidad fue de 0,73 lo cual lo ubica en un rango de alta confiabilidad.

Operacionalización de las variables

Al respecto de las variables, el autor Salinas (1993), citado por Hernández, Fernández y Baptista (2005:30), define las variables como: “Características o cualidades de un sujeto, objeto hecho o fenómeno susceptible a ser modificado o variación puede ser cuantificada o medida”.

De tal manera que las variables son una propiedad o característica que poseen las personas o cosas, materia de una investigación científica, que puede cambiar y mostrar diferentes valores de una realidad a otra.

Según Hernández, Fernández y Baptista (2005), las variables se definen como: "la propiedad que puede variar y cuya variación es susceptible de medirse" (p.144). En tal sentido, para el desarrollo de la operacionalización de las variables se tomó en consideración la importancia de la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES. A continuación el cuadro 2 con las variables del estudio:

Cuadro 2: Operacionalización de las variables.

Objetivo General: Proponer Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial.

OBJETIVO ESPECÍFICO	DIMENSIÓN	DEFINICIÓN OPERACIONAL	INDICADORES	ITEM	INSTRUMENTO
Describir la situación actual de las funciones relacionadas con la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES del estado Aragua.	Situación actual de las funciones relacionadas con la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES del estado Aragua	Aspectos operativos que reflejan las actividades relacionadas con la responsabilidad Social Empresarial.	Lineamientos para cumplir con la responsabilidad social empresarial.	1	Cuestionario Registro de Observación
			Normas y procedimientos establecidos.	2	
			Aspectos operativos de la responsabilidad social empresarial.	3	
			Ética empresarial.	4	
			Principios legales.	5	
Identificar las áreas funcionales de las PYMES del estado Aragua para financiar la ejecución de actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial.	Áreas funcionales de las PYMES del estado Aragua para financiar la ejecución de actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial.	Requerimientos de recursos para financiar las funciones y responsabilidades de la empresa con la comunidad y el entorno.	Cumplimiento de los principios de la responsabilidad social.	6	Cuestionario Registro de Observación
			Identificación de necesidades de adiestramiento y capacitación.	7	
			Integración de la empresa con la comunidad.	8	
			Medio ambiente.	9	
			Calidad de vida.	10	
Precisar el fundamento teórico y legal que sustenta las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial.	Fundamento teórico y legal que sustenta las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial.	Teorías y aspectos conceptuales que sustentan el estudio de la Responsabilidad Social empresarial.	Planificaciones efectivas de las actividades sociales.	11	Cuestionario Registro de Observación
			Acciones para consolidar la responsabilidad social empresarial.	12	
			Control de gastos sobre las actividades sociales	13	
			Aspectos financieros en el diseño de los planes	14	
			Aspectos económicos y financieros.	15	
			Estrategias para financiar planes de responsabilidad social	16	

Fuente: La investigadora (2015)

Fases de la Investigación

Hernández (2001) indica que el procedimiento es “una sucesión cronológica de operaciones concatenadas entre sí, que se constituyen en una unidad de función para la realización de una actividad o tarea específica dentro de un ámbito predeterminado de aplicación” (p.30). Por consiguiente, Balestrini (2001) indica que todo procedimiento involucra actividades y tareas del personal, determinación de tiempos de métodos de trabajo y de control para lograr el cabal, oportuno y eficiente desarrollo de las operaciones.

En relación al procedimiento, debido a la naturaleza del estudio, es necesario destacar las siguientes fases:

- Fase de Elección del Tema de Investigación: Durante esta fase se realiza una selección de los diferentes fenómenos relacionados al campo de las finanzas y la responsabilidad social empresarial en las PYMES ubicadas en el Municipio Girardot del estado Aragua.
- Fase de Revisión Bibliográfica: Se realizó a través de la planificación de las actividades necesarias para dar cumplimiento a la investigación. En esta fase se procedió a elegir la documentación proveniente de diversas fuentes y tesis de maestrías, artículos y monografías que conformaron el marco conceptual para definir las variables y las categorías, así como sus dimensiones.
- Fase de Recolección de Información: Está referida a la Investigación de Campo y Documental con Revisión Bibliográfica. Estuvo determinada por la revisión de todos los documentos, artículos, informes, tesis y ponencias que se encuentren en relación directa con el objeto de estudio de la investigación a fin de cumplir con los objetivos planteados en la misma, obteniendo como

resultado la agrupación de todos los aportes necesarios para llevar a cabo el proceso de análisis de datos. Además se definió el uso de los instrumentos de recolección de información en las diferentes empresas de la muestra, a fin de compilar un nivel de información suficiente para hacer una interpretación adecuada al contexto real.

- Fase de Selección de la Población y Muestra: Se refiere a la determinación de la población enmarcada en el fenómeno investigado, así como su número y características básicas. A partir de allí se seleccionó una muestra representativa del sector, para conformar las unidades económicas sujetas a la investigación.
- Fase de Elaboración del Instrumento de Recolección de Datos: En esta etapa se desarrolló el montaje del instrumento para recoger la información pertinente al trabajo de investigación. Para efectos del estudio se contacta a los directores y jefes de las distintas empresas de la muestra.
- Fase de Recolección de Datos: el Instrumento de Recolección fue distribuido a los directores seleccionados, y la información fue plasmada en una matriz de datos que servirá para los posteriores análisis.
- Fase de Análisis de Datos: la información vertida en la matriz de datos fue descompuesta conceptualmente para de esta manera procesar y analizar la información recogida, para sostener de esta forma la investigación y alcanzar los objetivos propuestos.
- Fase de Presentación de Resultados: Mediante el material recolectado y debidamente organizado, se inicia una de las etapas más interesantes que es la de darle sentido, forma, explicación de los resultados obtenidos.

- Fase de Elaboración de Conclusiones y Recomendaciones: en base a la fase anterior, se señalaron las conclusiones arrojadas por el análisis de la información, y cómo ellas definen la consecución de los objetivos del proyecto de investigación sobre las PYMES ubicadas en el Municipio Girardot del estado Aragua.

CAPÍTULO IV

Análisis de los Resultados

En el contenido de este capítulo se presenta el análisis de los resultados de la investigación, el cual facilita el conocimiento de la realidad actual de la situación objeto de estudio en base al procesamiento de los datos, lo cual resultó de suma importancia, debido a que facilitó los procesos para categorizar, codificar y tabular las respuestas, como actividades que preceden al análisis propiamente dicho. De igual forma, mediante el análisis estadístico es que se infieren las relaciones entre las variables del problema planteado en torno a las Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial.

De tal manera que, entre la estadística y la investigación existe una estrecha relación que está presente en todas sus fases, y sólo una vez finalizado el análisis estadístico es posible tomar decisiones en cuanto a los resultados de la investigación, los cuales se configuran en las conclusiones y recomendaciones.

Sobre este aspecto, el autor Busot (1985), citado por Márquez (2012:147) expresa que la estadística: "...cumple una función informativa directa de los análisis descriptivos y cumple además un papel instrumental al ser empleada en los cálculos inferenciales que permiten la comprobación de hipótesis y la descripción de valores poblacionales".

Finalmente, a partir de los resultados obtenidos se plantean los factores asociados a la situación actual, para lo cual se toma en cuenta el contexto teórico y la experiencia del investigador en el área de estudio.

Pregunta No. 1: ¿Disponen de lineamientos para cumplir con la responsabilidad social?

Cuadro N° 3. Lineamientos para cumplir con la responsabilidad social.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	9	39
NO	14	61
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015)

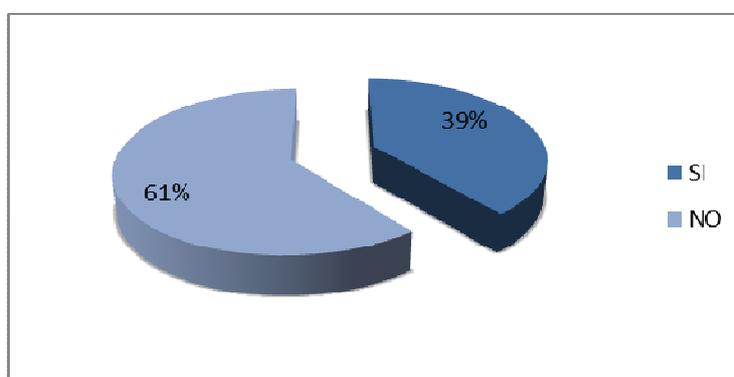


Gráfico N° 1 Lineamientos para cumplir con la responsabilidad social. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015)

Análisis e interpretación:

Tal como se observa en el gráfico N° 1, el 39% de los encuestados considera que si existen tales lineamientos para hacer cumplir con la Responsabilidad Social. Mientras el 61% de los encuestados considera que no existen dichos lineamientos. A partir del resultado obtenido, se puede inferir que al no contar con lineamientos para cumplir con los principios de la responsabilidad social, la empresa puede verse afectada de forma negativa, pues dicha acción es parte de la normativa legal que deben cumplir y, por ende, su ausencia implica el riesgo de ser sancionada por los órganos encargados de darle seguimiento a tales actividades en el contexto empresarial, de allí que dicho resultado sea una debilidad de las empresas del sector.

Pregunta No. 2: ¿La empresa dispone de normas y procedimientos en relación con la responsabilidad social?

Cuadro N° 4 Normas y procedimientos en relación con la responsabilidad social.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	30
NO	16	70
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos, (2015)

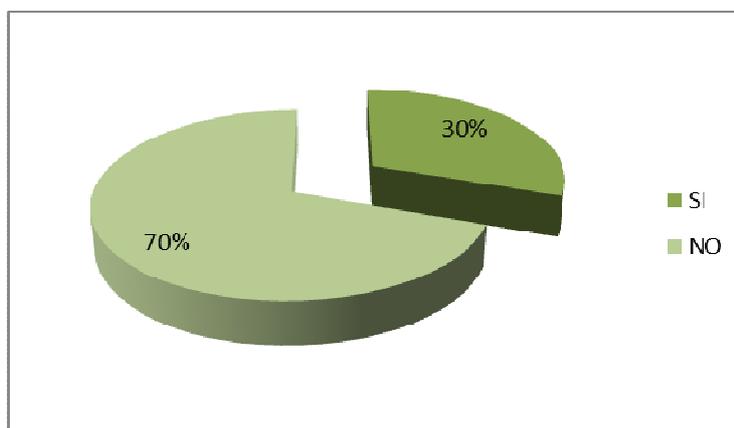


Gráfico N° 2. Normas y procedimientos en relación con la responsabilidad social. Fuente: Instrumento de recolección de datos, (2015)

Análisis e interpretación:

Los resultados obtenidos reflejan que el 70% de la muestra seleccionada respondió que la empresa no dispone de normas y procedimientos en relación con la responsabilidad social, y un 30% opina que sí dispone de las mismas. Este resultado refleja un aspecto importante para las PYMES, debido a que la responsabilidad social es un elemento que coadyuva a mejorar de forma significativa el entorno de influencia de la empresa, lo cual, consecuentemente, se traduciría en la instauración de un ambiente de trabajo acorde que impactaría en la eficiencia operativa de la organización y en la consecución de los objetivos propuestos dentro de los planes operativos.

Pregunta No. 3: ¿Posee conocimientos sobre los aspectos operativos de la responsabilidad social?

Cuadro N° 5. Los aspectos operativos de la responsabilidad social

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	14	61
NO	9	39
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

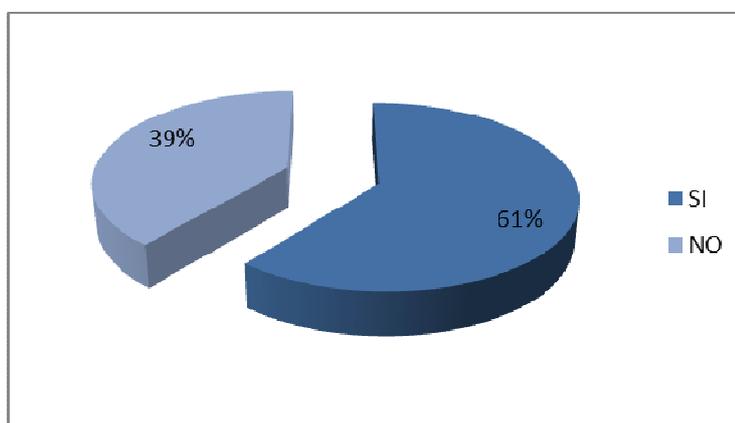


Gráfico N° 3. Los aspectos operativos de la responsabilidad social. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

Como se observa en el gráfico anterior, el 61% de la muestra seleccionada respondió que la empresa si posee conocimientos sobre los aspectos operativos de la responsabilidad social, mientras que el restante 39% respondió de forma negativa, lo cual permite inferir que en las PYMES se evidencia una debilidad en torno a la responsabilidad Social, la cual se inserta en el desconocimiento de las líneas de acción y de los aspectos operativos que hacen viable su cumplimiento, de allí que exista la necesidad de desarrollar acciones que propendan hacia el conocimiento efectivo de las amplias posibilidades y alternativas para relacionarse con la comunidad y el entorno para cumplir con la responsabilidad social.

Pregunta No. 4: ¿Considera que existe relación entre la responsabilidad social y la ética empresarial?

Cuadro N° 6. Relación entre la responsabilidad social y la ética empresarial.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	70
NO	7	30
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

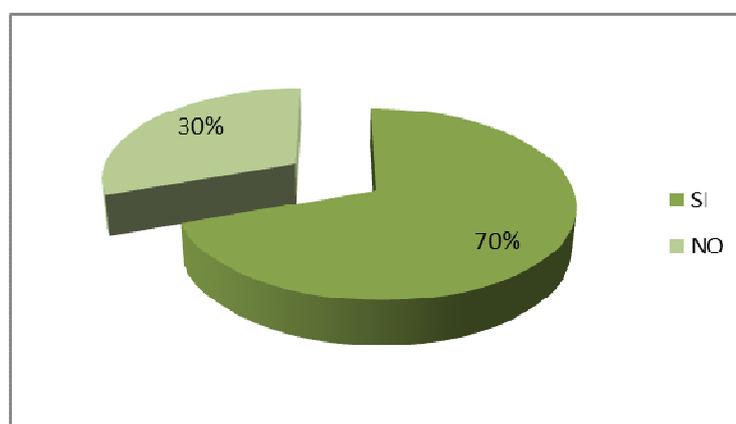


Gráfico N° 4. Relación entre la responsabilidad social y la ética empresarial. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

El 70% de los encuestados respondió que la empresa sí considera que existe relación entre la responsabilidad social y la ética empresarial. Sin embargo, un 30% de la muestra piensan que la empresa no toma en consideración dicha relación. A partir del resultado obtenido se puede inferir que en las PYMES no se cumplen con los principios básicos de la Responsabilidad Social, debido a que la gestión empresarial debe estar vinculada en todo momento con la ética organizacional, como base del éxito de las actividades que se realizan en función del logro de los objetivos previstos en los planes organizacionales, de allí que sea recomendable fortalecer la ética organizacional en las empresas del sector mediante planes y acciones concretas que propendan su consolidación y proyección.

Pregunta No. 5: ¿Disponen de lineamientos para cumplir con los principios legales en materia de responsabilidad social?

Cuadro N° 7. Lineamientos para cumplir con los principios legales en materia de responsabilidad social.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	30
NO	16	70
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

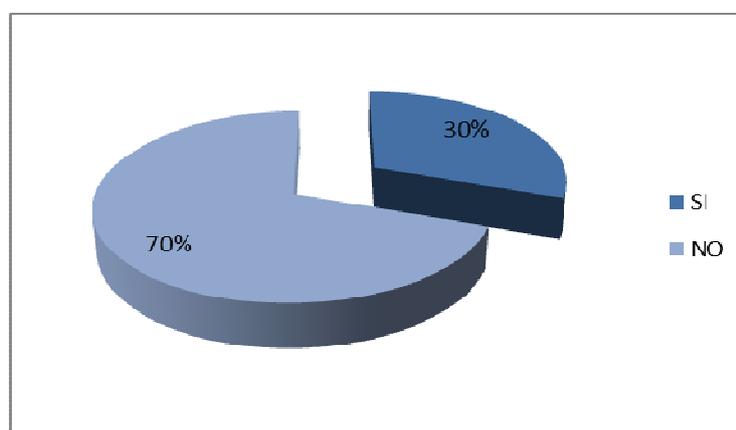


Gráfico N° 5. Lineamientos para cumplir con los principios legales en materia de responsabilidad social. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

Las proporciones de las respuestas emitidas por la muestra indican que el 30% respondió que si disponen de lineamientos para cumplir con los principios legales en materia de responsabilidad social. Mientras el 70% respondió que no disponen de dichos lineamientos. Este resultado representa un aspecto relevante para el estudio, debido a que en el sector de las PYMES, se debe hacer seguimiento a las leyes para garantizar la proyección de la Responsabilidad Social, debido a que se puede incurrir en faltas sólo por el hecho de desconocerlas, lo cual no implica su cumplimiento, de allí la importancia de conocer los parámetros legales, aspecto que no se cumple en las PYMES.

Pregunta No. 6: ¿Llevan a cabo actividades para el cumplimiento de los principios de la responsabilidad social?

Cuadro N° 8. Actividades para el cumplimiento de los principios de la responsabilidad social.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	16	70
NO	7	30
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

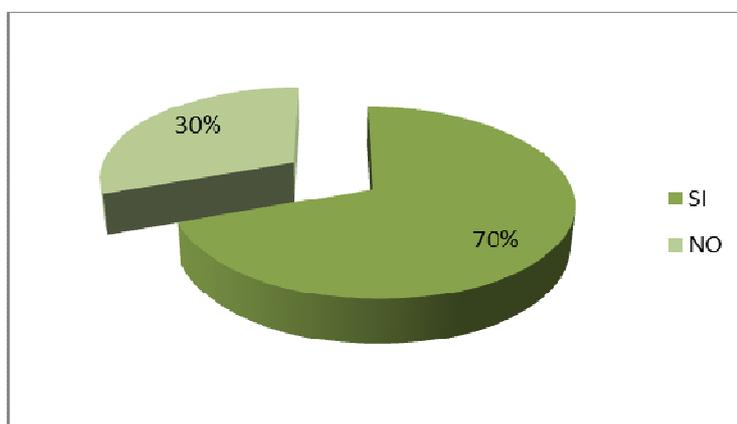


Gráfico N° 6. Actividades para el cumplimiento de los principios de la responsabilidad social. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos a partir de la aplicación del instrumento de recolección de información y como se presenta en el gráfico 6, el 70% de la muestra respondió que si llevan a cabo actividades para el cumplimiento de los principios de la responsabilidad social, siendo este aspecto una fortaleza del sector, indicando entre ellas las donaciones a las entidades de atención a niños, niñas y adolescentes y las jornadas de vacunación. Es obvio que existe desconocimiento de las acciones concretas que se desarrollan para cumplir con la Responsabilidad Social con énfasis en la proyección de sus efectos en la comunidad y el entorno de influencia donde están inmersas las PYMES, debido a que la RSE va más allá de donaciones y jornadas específicas.

Pregunta No. 7: ¿Realizan actividades de identificación de necesidades de adiestramiento y capacitación?

Cuadro N° 9. Identificación de necesidades de adiestramiento y capacitación.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	18	78
NO	5	22
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

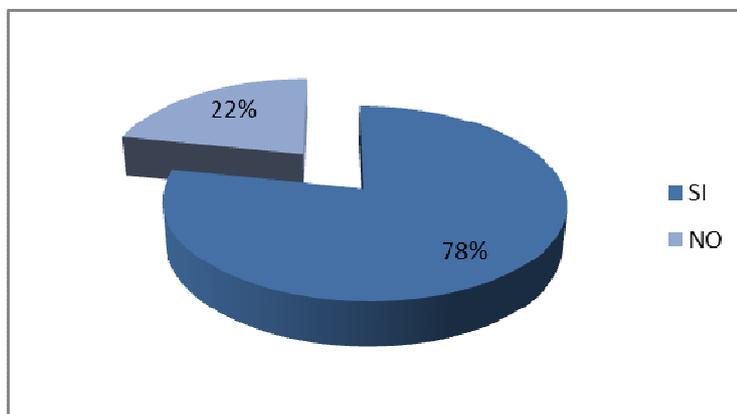


Gráfico N° 7. Identificación de necesidades de adiestramiento y capacitación. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

Ante la interrogante sobre si realizan actividades de identificación de necesidades de adiestramiento y capacitación, los resultados reflejan que el un 78% de la muestra seleccionada respondió afirmativamente, destacando las encuestas y los buzones de ideas y sugerencias de las empresas, a partir de lo cual se puede inferir que este aspecto es favorable para las empresas del sector, puesto que los planes de adiestramiento y capacitación deben fundamentarse en la detección de las necesidades del personal y las alternativas que se consideren viables y accesibles para solventarlas, lo cual permitirá obtener respuestas que serán satisfactorias para el sector y los planes de carrera del personal. El 22% restante respondió de forma negativa.

Pregunta No. 8: ¿Considera usted que cuentan con la información requerida para la integración de la institución con la comunidad?

Cuadro N° 10. La información requerida para la integración de la institución con la comunidad.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	30
NO	16	70
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

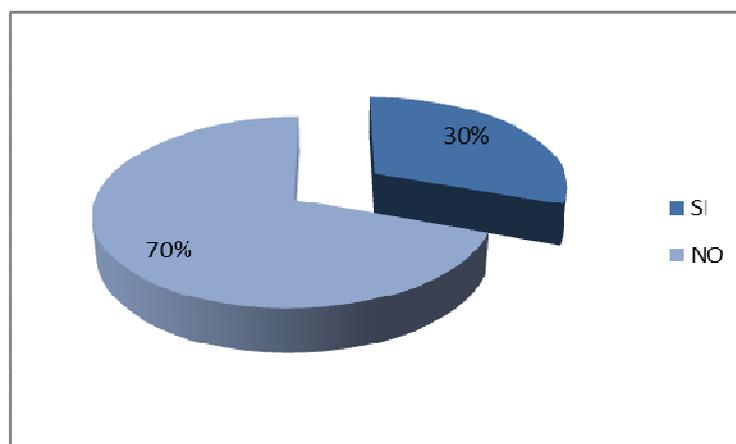


Gráfico N° 8 La información requerida para la integración de la institución con la comunidad. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

El 70% de los encuestados indicó que si cuentan con la información requerida para la integración de la institución con la comunidad. El Resto de la población (30%) de la muestra señaló que no disponen de tal información, siendo claro que las PYMES están vinculadas a su entorno, razón por la cual se pueden llevar a cabo acciones que permitan fortalecer la relación con la comunidad para dar cumplimiento con la responsabilidad social en base a la a la misión de las empresa, para lo cual se puede tomar en cuenta los principios básicos como garantes de dicha interrelación con contexto de influencia, garantizando una presencia efectiva y productiva que se traduce en una óptima relación comunitaria y la mejora del contexto empresarial.

Pregunta No. 9: ¿Toman en consideración la conservación del medio ambiente en el diseño de los planes organizacionales?

Cuadro N° 11. La conservación del medio ambiente en el diseño de los planes organizacionales.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	30
NO	16	70
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

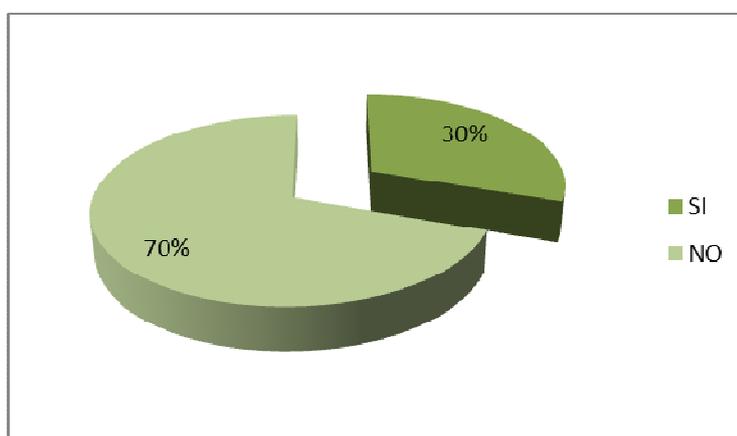


Gráfico N° 9. La conservación del medio ambiente en el diseño de los planes organizacionales. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

Como se presenta en el gráfico N° 9, el 70% de los encuestados respondió que no se toma en consideración la conservación del medio ambiente en el diseño de los planes organizacionales, y con un 30% las personas que piensan si lo hacen. Este resultado refleja un aspecto trascendental en el estudio, debido a que la preservación del medio ambiente es un factor clave en la relación con la comunidad que se encuentra en el entorno de las empresas, de allí que al no considerarlo en los planes, se incurre en el incumplimiento de las normas legales vigentes y, por ende, se afecta de manera negativa el ambiente y a las comunidades circundantes.

Pregunta No. 10: ¿Se proyecta la importancia de la calidad de vida en la gestión de la responsabilidad social de la empresa?

Cuadro N° 12. La importancia de la calidad de vida en la gestión de la responsabilidad social de la empresa.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	22
NO	18	78
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

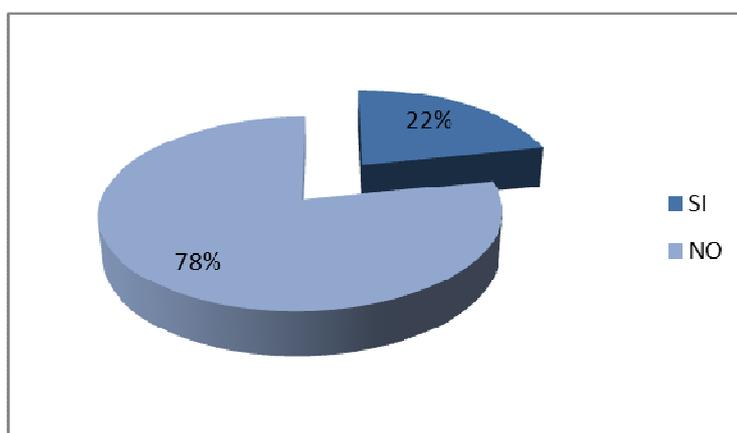


Gráfico N° 10. La importancia de la calidad de vida en la gestión de la responsabilidad social de la empresa. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

Los resultados de la aplicación del instrumento reflejan que el 70% de la muestra seleccionada respondió que no se proyecta la importancia de la calidad de vida en la gestión de la responsabilidad social de la empresa, mientras que el 30% respondió que si se cumple tal proyección. A partir de este resultado se puede inferir que las actividades que realizan las PYMES en materia de responsabilidad social están desvinculadas de la calidad de vida, siendo este uno de sus principios, lo cual refleja la necesidad de llevar a cabo acciones para redimensionar las actividades y cumplir con tal principio.

Pregunta No. 11: ¿Realizan planificaciones efectivas de las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social?

Cuadro N° 13. Planificaciones efectivas de las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	22
NO	18	78
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

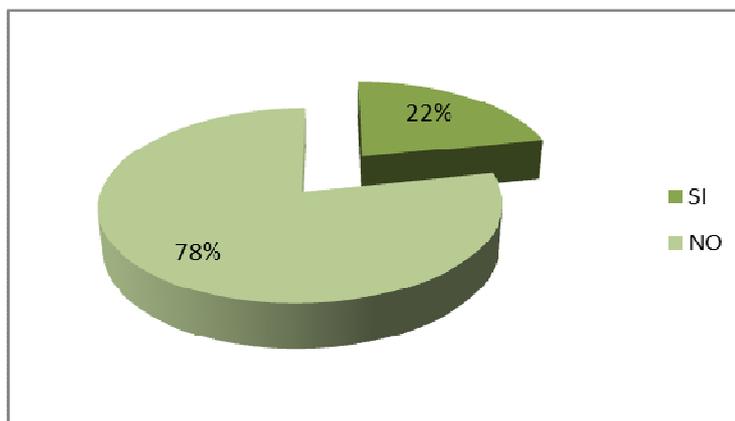


Gráfico N° 11. Planificaciones efectivas de las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

Como se observa en el gráfico N° 11, el 78% de la muestra respondió que no se realizan planificaciones efectivas de las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social, mientras que el 22% dijo que si realizan tales planificaciones, hecho que permite establecer que los planes de las PYMES en relación a la Responsabilidad Social no están delimitados de forma precisa, de allí que es imperativo considerar su revisión por parte de los directivos con el fin de identificar las deficiencias y tomar decisiones efectivas en función de dar respuestas eficaces y acordes ante esta situación y solventarla para fortalecer la imagen empresarial y cumplir con las normas.

Pregunta No. 12: ¿Disponen de pautas para consolidar la responsabilidad social empresarial?

Cuadro N° 14. Pautas para consolidar la responsabilidad social empresarial

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	30
NO	16	70
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

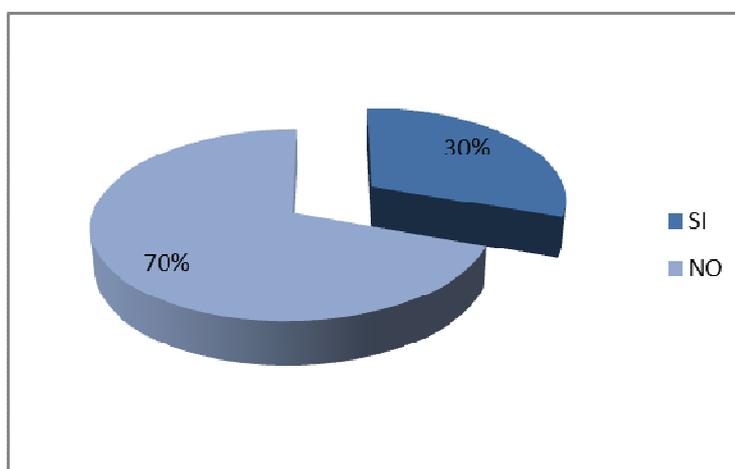


Gráfico N° 12. Pautas para consolidar la responsabilidad social empresarial. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

De acuerdo con los resultados obtenidos, el 70% de la muestra seleccionada respondió que no disponen de pautas para consolidar la responsabilidad social empresarial, mientras que el restante 30% indicó que si las poseen. Este resultado refleja el desconocimiento de las alternativas y opciones existentes en torno a la responsabilidad social más allá de acciones económicas y monetarias con corta proyección y alcance a nivel social, lo cual evidencia la necesidad de consolidar dicho aspecto en las PYMES, debido a la necesidad de vinculación con su entorno y la obligatoriedad de desarrollar acciones para dar cumplimiento a la normativa legal que rige dicha materia en Venezuela.

Pregunta No. 13: ¿Cuentan con mecanismos de control de gastos sobre las actividades sociales de la organización?

Cuadro N° 15. Mecanismos de control de gastos sobre las actividades sociales de la organización.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	30
NO	16	70
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

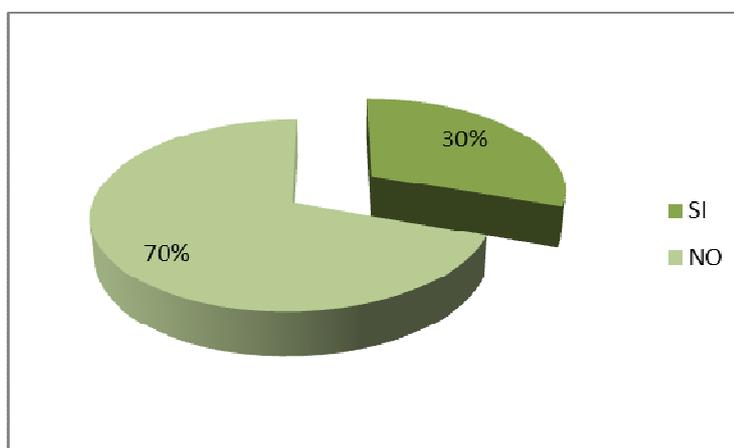


Gráfico N° 13. Mecanismos de control de gastos sobre las actividades sociales de la organización. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

En función de los resultados obtenidos de la aplicación del instrumento de información y como lo presenta el gráfico 13, el 70% de los encuestados respondió que no cuentan con mecanismos de control de gastos sobre las actividades sociales de la organización, mientras que el restante 30% indicó que si consideran este aspecto, hecho que refleja una de las variables objeto de estudio, debido a que las actividades para cumplir con la responsabilidad social amerita la asignación de recursos, lo que se convierte en un obstáculo en las empresas, razón por la cual se debe considerar su inclusión en los planes presupuestarios y operativos de las PYMES.

Pregunta No. 14: ¿Toman en consideración los aspectos financieros en el diseño de los planes de Responsabilidad Social?

Cuadro N° 16. Aspectos financieros en el diseño de los planes de Responsabilidad Social.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	5	22
NO	18	78
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

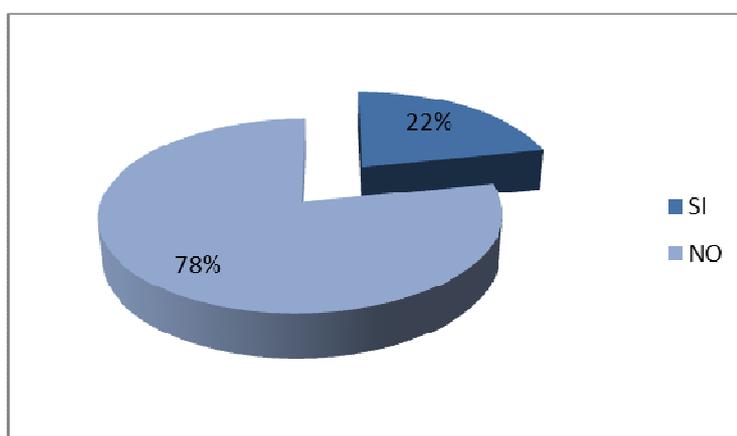


Gráfico N° 14. Aspectos financieros en el diseño de los planes de Responsabilidad Social. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

La proporción de las respuestas emitidas por la muestra indican que el 78% respondió que no se toman en consideración los aspectos financieros en el diseño de los planes de Responsabilidad Social, mientras que sólo el 22% considera que si se toman en cuenta. Este aspecto permite establecer que es factible diseñar acciones para el financiamiento de los planes de dar fiel cumplimiento a la Responsabilidad Social Empresarial en el sector de las PYMES, como respuesta a las necesidades específicas de cubrir los gastos operativos de su ejecución y garantizar que el origen de los fondos y su incidencia en el ámbito presupuestario de la organización.

Pregunta No. 15: ¿Se han evaluado los aspectos económicos y financieros de la responsabilidad social en la empresa?

Cuadro N° 17. Aspectos económicos y financieros de la responsabilidad social en la empresa.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	0	0
NO	23	100
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

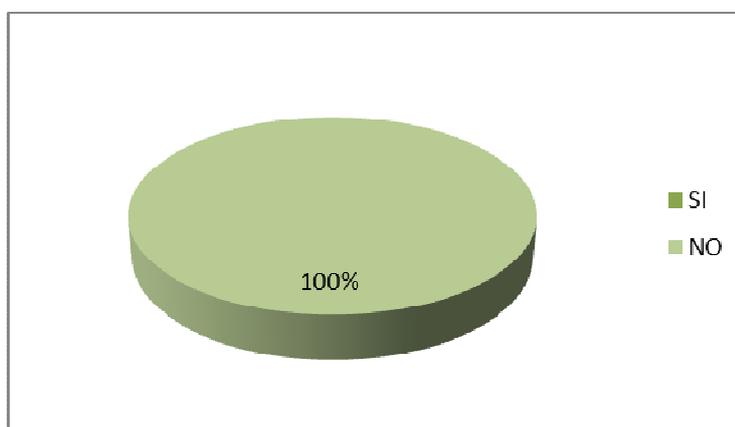


Gráfico N° 15. Aspectos económicos y financieros de la responsabilidad social en la empresa. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015).

Análisis e interpretación:

Las respuestas referidas por los encuestados, tal como lo refleja el gráfico N° 15, indican que el 100% respondió que no se han evaluado los aspectos económicos y financieros de la responsabilidad social en la empresa. Este resultado refleja que debe emprenderse una acción concreta y específica en relación con la responsabilidad social en las PYMES, la cual se inicie con los planes operativos contentivos de actividades a desarrollar para su cumplimiento, los objetivos de las actividades y su relación con la visión de la empresa en su contexto de influencia, así como los niveles de inversión de recursos requeridos, su origen y su centro de aplicación dentro de las PYMES.

Pregunta No. 16: ¿Es necesario diseñar estrategias para financiar los planes de responsabilidad social en la empresa?

Cuadro N° 18. Estrategias para financiar los planes de responsabilidad social en la empresa.

ITEM	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	23	100
NO	0	0
TOTAL	23	100

Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015)

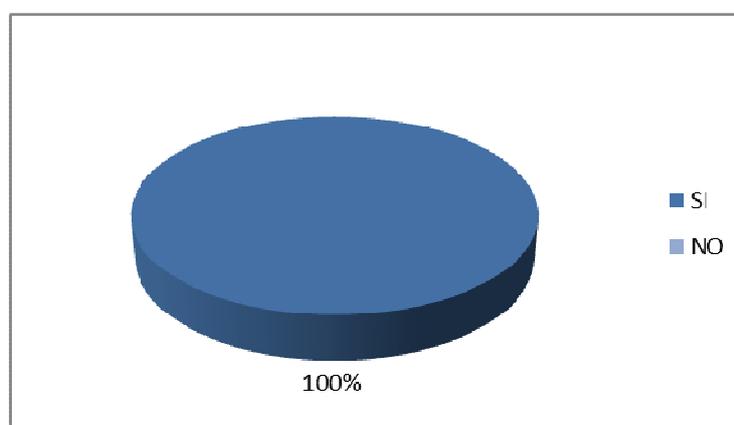


Gráfico N° 16. Estrategias para financiar los planes de responsabilidad social en la empresa. Fuente: Instrumento de recolección de datos (2015)

Análisis e interpretación:

El 100% de la muestra seleccionada respondió que si es necesario las estrategias para financiar los planes de responsabilidad social en la empresa, esto debido a la importancia que detenta el aspecto social en el entorno de influencia de las PYMES y al impacto que tienen dichas actividades en la estructura de costos operativos de las organizaciones, los cuales deben ir a la par de las proyecciones de ingresos y el nivel de recursos requeridos para su ejecución. Este resultado genera un escenario que induce a considerar las variables de la RSE, como es el impacto en el entorno de la empresa, el tema económico y hasta financiero y los aspectos relacionados con las implicaciones legales derivadas de su cumplimiento por parte de las PYME

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

A partir de los análisis desarrollados durante la ejecución de esta investigación, se identificaron factores y elementos determinantes en torno al tema de la responsabilidad Social en las PYMES del estado Aragua, los cuales permitieron el establecimiento de las siguientes conclusiones:

Las PYMES no están exentas de desarrollar actividades y proyectos para cumplir con los principios de la Responsabilidad Social, debido a que sus funciones se llevan a cabo en un entorno social que se verá influenciado de forma directa e indirecta.

Las funciones y responsabilidades de las PYMES deben estar inmersas en los planes operativos anuales relacionados con la Responsabilidad Social, para que el logro de objetivos institucionales se expanda hacia la comunidad y se beneficie de los mismos de forma proporcional.

Al Describir la situación actual de las funciones relacionadas con la Responsabilidad Social empresarial en las PYMES del estado Aragua.

Las PYMES no disponen de la información sobre la comunidad para el diseño de actividades relacionadas con la responsabilidad social, lo cual se considera una debilidad manifiesta de la gestión empresarial.

Desde el punto de vista social, la comunidad representa el contexto en el cual se operacionalizan las funciones de las PYMES, de allí que el manejo de la información de dicho entorno represente el punto de partida para facilitar una relación armónica entre la ciudadanía y las instituciones.

La Responsabilidad Social lleva implícito una serie de líneas de acción que permiten garantizar su cumplimiento, y, a su vez, representan el punto de partida para la misma se lleve a cabo de manera efectiva, lo cual se proyecta incluso hacia las PYMES.

De acuerdo con el diagnóstico realizado, en las PYMES se evidencia una notable debilidad en torno a la responsabilidad Social, la cual se inserta en el desconocimiento de las líneas de acción y de los aspectos operativos que hacen viable su efectivo cumplimiento.

En las PYMES no se llevan a cabo actividades para el cumplimiento de los principios de la responsabilidad social, de allí que existe desconocimiento de las acciones concretas que se desarrollan para cumplir con la Responsabilidad Social.

Al Identificar las áreas funcionales de las PYMES del estado Aragua para financiar la ejecución de actividades relacionadas con la Responsabilidad Social Empresarial, la autora plantea que:

Se evidenció la falta de mecanismos de control en torno a las actividades de carácter social de las organizaciones del sector objeto de estudio, lo cual incide de forma negativa en su evaluación a fin de garantizar que se desarrollen de forma armónica y racional.

Los resultados del estudio reflejaron el desconocimiento de las alternativas y opciones existentes en torno a la responsabilidad social más allá de acciones económicas y monetarias con corta proyección y alcance a nivel social, lo cual evidencia la necesidad de consolidar dicho aspecto en las PYMES.

En las PYMES no se cumplen con los principios básicos de la Responsabilidad Social, como base del éxito de las actividades que se realizan en función del logro de los objetivos previstos en los planes organizacionales.

No toman en consideración las necesidades de las comunidades en el diseño de los planes de las PYMES, de allí que existe una marcada necesidad de estudiar los fundamentos para formular los planes organizacionales para insertar las necesidades de las comunidades del entorno.

En las PYMES no realizan actividades de identificación de necesidades de adiestramiento y capacitación, siendo este aspecto una debilidad, dado que los planes de adiestramiento y capacitación deben fundamentarse en la detección de las necesidades del personal.

Los planes de las PYMES en relación a la Responsabilidad Social no están delimitados de forma precisa, de allí que es imperativo considerar su revisión por parte de los directivos con el fin de identificar las deficiencias.

En las PYMES se deben tomar decisiones efectivas en función de dar respuestas eficaces y efectivas ante esta situación y solventarla para fortalecer la imagen organizacional.

Recomendaciones

De acuerdo a lo expuesto en las conclusiones y los aspectos contemplados en el desarrollo de la investigación, se recomienda:

Tomar en cuenta la información y los datos provenientes de los empleados en torno a las necesidades de los empleados en el diseño de los planes organizacionales para poder planificar de manera efectiva su gestión.

Desarrollar acciones que propendan hacia el conocimiento efectivo de las amplias posibilidades y alternativas para relacionarse con la comunidad y el entorno para cumplir con la responsabilidad social de manera concreta.

Desarrollar planes con énfasis en la proyección de los efectos de la responsabilidad social en la comunidad y el entorno de influencia donde están inmersas las PYMES del estado Aragua.

Establecer líneas de acción para medir la efectividad de las actividades de carácter social en la comunidad y el alcance de los objetivos previstos en los planes operativos en el marco de la responsabilidad Social.

Fortalecer el vínculo de la gestión institucional con la ética organizacional, como base del éxito de las actividades que se realizan en función del logro de los objetivos previstos en los planes organizacionales.

Garantizar el cumplimiento de los parámetros de la Responsabilidad Social y su vinculación con los principios de la integración socio comunitario.

Desarrollar acciones que permitan integrar a la comunidad a la misión las PYMES, para lo cual se puede tomar en cuenta los principios básicos de la Responsabilidad Social como garante de la interrelación de las organizaciones con contexto de influencia.

Diseñar planes para fortalecer el conocimiento de los parámetros legales preestablecidos sobre la responsabilidad social, siendo este aspecto un elemento que no se cumple en las PYMES.

Desarrollar jornadas de capacitación al personal de las PYMES para dar a conocer la normativa legal aplicable en materia de responsabilidad Social.

Promover la ejecución de planes para integrar la misión de las PYMES al entorno en el cual se ubican las mismas en función de dar respuestas efectivas a la comunidad, a la ciudadanía y a la sociedad.

Implementar la propuesta de las Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial que se presenta en esta investigación.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

Título de la Propuesta

Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de Integración a la Responsabilidad Social Empresarial

Presentación de la Propuesta

La propuesta responde a las necesidades financieras de las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial, puesto que el controvertido mundo empresarial, ha tenido cambios en los últimos años, especialmente por el fenómeno de la Globalización que ha impulsado la apertura mundial a los mercados y diversas compañías, las cuales han obtenido utilidades, mediante fusiones millonarias, lo que a su vez, ha afectado radicalmente a otras empresas, especialmente medianas y pequeñas, que han sucumbido, así como, a miles de trabajadores que en el mundo entero han quedado desempleados.

En este contexto, se evidencia que las empresas se desarrollan, crecen y expanden sus operaciones en un mundo en el cual han ocurrido situaciones difíciles en torno a desastres medioambientales, sociales, financieros y económicos, en algunos casos provocados y en otros producto de los cambios relacionados con el fenómeno climático, el cual ha sido originado también por la acción del hombre y de compañías que han traspasado la línea de los valores éticos, lo cual ha configurado la necesidad de establecer un parámetro de responsabilidad social con el entorno.

Estos hechos han suscitado tanto la admiración como el rechazo en el mundo entero, así como también crisis económicas y monetarias, desastres medioambientales

y sociales, que han profundizado los fenómenos de exclusión y desigualdad de los sectores más vulnerables de la población, aumentando aún más la brecha existente entre ricos y pobres, especialmente en los países del tercer mundo, como es el caso de Venezuela; de allí que la propuesta tenga como propósito establecer mecanismos de financiamiento para las PYMES en torno a la responsabilidad social en función de dar respuestas para solventar dichas situaciones en el ámbito de influencia específico de las empresas objeto de estudio.

De manera tal que la presente responde al hecho que las PYMES tienen responsabilidades, no sólo frente a los procesos de desarrollo económico, sino que también y sobre todo, en términos sociales y medioambientales. En las últimas décadas, especialmente en el mundo desarrollado, cobra gran sentido el desarrollo teórico del concepto de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), como un modo de limitar una actitud empresarial, que está fuera de todo valor ético, centrándose únicamente en la obtención de ganancias.

Ahora bien, en el mundo desarrollado, la discusión pública acerca de las responsabilidades empresariales, está en debate plenamente. Incluso se han implementado normativas legales, especialmente en torno a temas medioambientales, e iniciativas voluntarias, como el Pacto Global, impulsado por las Naciones Unidas. En América Latina, en general y en Venezuela en particular, la discusión es aún incipiente. Sin embargo, ya se deja notar, puesto que se están desarrollando debates y encuentros, seminarios y mesas redondas en torno a la RSE, entre representantes gubernamentales, empresarios y la sociedad civil, en general; hecho que está teniendo resultados positivos, pues algunas empresas, como es el caso de Empresas Polar, Indelma, C.A., Cervecería Regional, C.A. y Produvisa, han comenzado a adoptar acciones de RSE en función de cumplir con sus principios.

Justificación de la Propuesta

El desarrollo de la propuesta se justifica desde diversos puntos de vista, primeramente desde el punto de vista académico, debido a que presenta una revisión conceptual, acerca del significado de la Responsabilidad Social Empresarial y sus diferentes modalidades y acepciones. En segundo término, se presenta un panorama de la evolución y situación actual de la RSE en el mundo, especialmente en Europa y EE.UU, donde ha habido una mayor evolución, a través del concepto de Desarrollo Sostenible. Posteriormente, se analiza la situación de la RSE en América Latina en general y de Venezuela en particular, que está en una etapa evolutiva menor, con relación al mundo desarrollado; más sin embargo, debido a las connotaciones actuales en torno al tema del racionamiento eléctrico y el suministro de agua potable, se ha fortalecido exponencialmente en el país.

De igual forma, desde el punto de vista social, la propuesta responde a la relación entre Globalización, niveles de pobreza y Desarrollo Humano en Venezuela, para poder mostrar que la pobreza, es un tema complejo con diversas aristas y por tanto de difícil resolución, donde el trabajo conjunto entre Estado, empresarios y sociedad civil, juega un importante papel en la superación de la pobreza. Dentro de la dimensión económica, la RSE trata de ir más allá de la concepción de la empresa como generadora de utilidades y beneficios para sus accionistas. Por dicha razón, las PYMES no deben dejar de lado la incorporación de aspectos ambientales y sociales más allá de las exigencias legales que si bien en un comienzo puede considerarse como un costo adicional, en el mediano y largo plazo, se revertirá a través de mayores beneficios.

En la perspectiva económica, la propuesta se justifica debido que hoy en día no se concibe una empresa aislada de su entorno social dada su interdependencia con proveedores, clientes, inversionistas y competidores así como su influencia en la

comunidad local. Por tal razón, se debe propiciar un entorno favorable que conlleve al crecimiento del negocio de las PYMES con RSE. El factor dinámico propio de las PYMES es generado en primera instancia por su interrelación con la sociedad a la cual le debe la mano de obra necesaria para el desarrollo de sus procesos y servicios así como la demanda de los mismos a través de los consumidores.

En torno al ámbito empresarial, la importancia de la propuesta se basa en que la Responsabilidad Social Empresarial es una herramienta efectiva para el combate contra la pobreza en la sociedad, puesto que es una reflexión que apela a los valores éticos de las empresas, las cuales juegan un importante papel en esta lucha, mediante la asunción de acciones de buenas práctica en términos de RSE. Seguidamente se presenta la figura 1, la cual ilustra las interrelaciones de la RSE en el contexto empresarial, desatacando los distintos tipos de indicadores que se desarrollan en torno al tema, así como su incidencia en los niveles de bienestar de la sociedad, siendo estos aspectos el basamento de la justificación de la propuesta:



Figura 1: Interrelaciones de la RSE en la empresa: Fuente: Prado (2004)

Finalmente, esta propuesta se justifica en su relación con el principio ecológico fundamental, el cual indica que los recursos naturales son finitos y, por ende, las empresas deben como consecuencia implementar programas para el manejo eficiente de los mismos. De allí que sea necesario diseñar e implantar políticas y ejecutar programas acordes con el desarrollo sostenible con el fin de garantizar la permanencia de su negocio en el tiempo y el respeto y la existencia de un entorno ambiental favorable para el progreso de las generaciones futuras.

Fundamentación de la propuesta

En referencia a la fundamentación de la propuesta, la misma se ubica en el contexto en el cual las empresas deben seguir el camino hacia la sostenibilidad y comprometerse con la Responsabilidad Social Empresarial en todo su espectro de influencia; ya que, de acuerdo con Friedman (2000), “la única responsabilidad de las empresas es actuar sin fraude en una abierta y libre competencia” (p.89). Sin embargo, Hopkins (2004) asegura que: “la RSE permite que los productos y servicios de la compañía sean atractivos a los consumidores, y por tanto, generan mayores ganancias” (p.78). En este sentido, ha sido creciente la coacción mundial debido a la preocupación por aspectos como estándares de vida, explotación, pobreza, desempleo y en general por cómo promover desarrollo social, el cual es un indicador de elección para los grupos de interés.

Desde una perspectiva general, las directrices y parámetros operativos de la propuesta emergen de las consideraciones existentes sobre los diversos mecanismos para presupuestar y administrar los fondos requeridos para satisfacer sus necesidades de funcionamiento, para financiar el crédito otorgado a los compradores, la adquisición de inventarios, el mantenimiento de existencias de seguridad de productos terminados, el pago de intereses y la amortización de capitales provenientes de intermediarios financieros, de allí que el punto de partida para la

fundamentación de esta propuesta sea el logro del óptimo manejo de los recursos económicos en los pronósticos y proyecciones financieras de las empresas del sector objeto de estudio, en torno al proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial.

Cada uno de los aspectos tomados en consideración para diseñar las directrices contempladas en los parámetros específicos de la propuesta, llevan implícito el manejo de los datos provenientes del diagnóstico realizado a las PYMES, entendiéndose, por ende, que la propuesta se fundamenta operativamente en la detección de necesidades y la influencia de dicha situación en el desarrollo armónico de las actividades de las organizaciones objeto de estudio.

En tal sentido, la propuesta desarrollada se fundamentó en la visión de los criterios que son considerados como claves en toda empresa para conformar un escenario idóneo para desarrollar sus actividades cotidianas, de manera que en esta propuesta se incluyen elementos que van desde una austera política de focalización de aplicación de fondos o recursos líquidos, hasta llegar a aspectos vinculados con opciones que en oportunidades no son consideradas viables para las empresas, todo ello bajo la concepción de la Planificación Financiera a través de estrategias específicas que permitan garantizar el flujo de recursos requeridos para la ejecución de las actividades previstas para dar cumplimiento a la Responsabilidad Social Empresarial.

En tal sentido la propuesta se fundamenta en los principios básicos de la planificación financiera, la planificación estratégica enlazada con los principios básicos de la eficiencia operativa y la valorización de la empresa, los cuales se integran para la preparación de las Pequeñas y Medianas Empresas para dar respuesta a la implementación de la RSE. A continuación se presenta la figura 2, la cual permite visualizar los aspectos que delimitan la fundamentación de la propuesta.

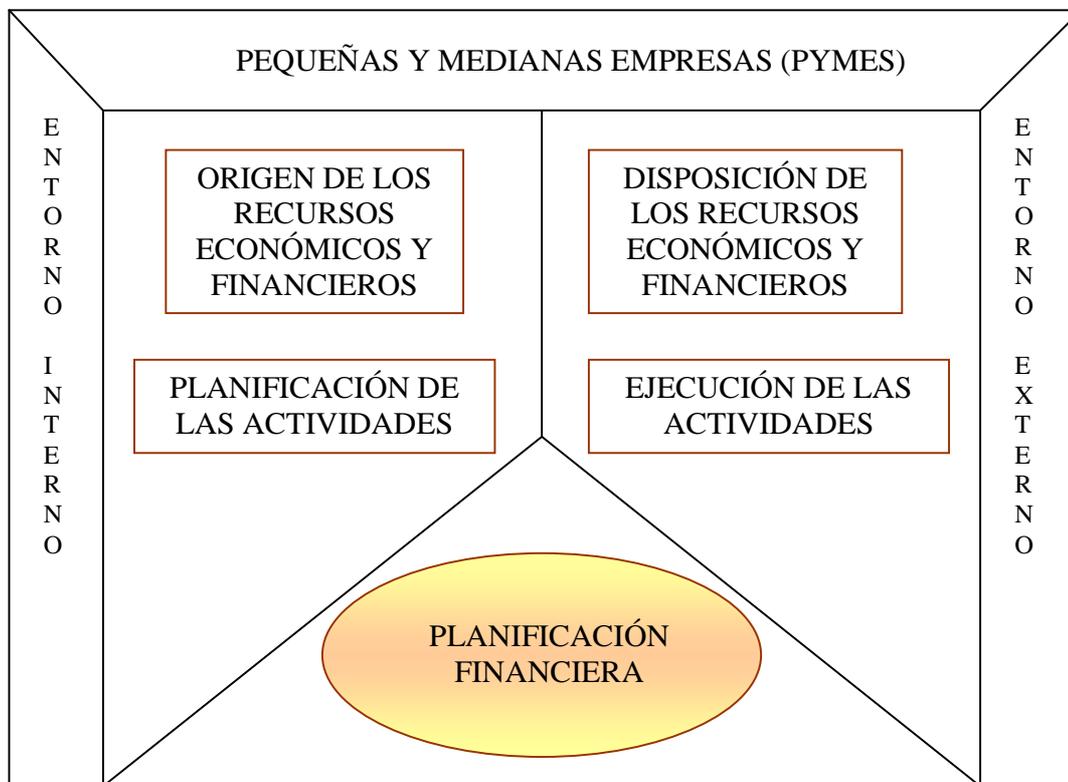


Figura 2: Aspectos que delimitan la fundamentación de la propuesta. Fuente: Barrios (2015).

Como se observa, cada uno de los aspectos descritos se vincula con las áreas estratégicas, las cuales se orientan a la definición de las variables internas y externas que inciden en la gestión financiera de las PYMES, en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial.

Objetivos de la propuesta

Objetivo General:

Estructurar las Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial

Objetivos Específicos:

- Identificar las actividades a desarrollar por las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial.
- Estructurar el presupuesto de gastos operativos de las actividades a desarrollar en función de dar cumplimiento a los principios de Responsabilidad Social Empresarial.
- Dimensionar la estructura, administración y factibilidad de las Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial

De manera tal que la propuesta está concebida en base a los principios teóricos y conceptuales de la Responsabilidad Social Empresarial, dado que en lo social, la RSE se visualiza como un fundamento para referirse a quienes pueden afectar o son afectados por las actividades de una empresa. Estos grupos o individuos son los públicos interesados deben ser considerados como un elemento esencial en la planeación estratégica de negocios, como es el caso de las PYMES.

De igual forma, la propuesta se sustenta en la visión de Aguilera (2007) y Mazurkiewicz (2005), quienes presentan la influencia de los factores económico, social y político frente a la Responsabilidad Social Empresarial. En el económico, incluye aspectos como la imagen la empresa, la administración del riesgo, la ventaja competitiva y la presión de proveedores, clientes, inversionistas y competidores. A lo anterior, Campbell (2007) aclara que: “un débil desempeño financiero en un entorno económico desfavorable reduce la probabilidad de que una empresa actúe de una manera socialmente responsable.

Finalmente, la presente propuesta se fundamenta en la visión que poseen algunos autores como Trevino y Nelson (1999), quienes afirman que existe evidencia de que hay un vínculo entre irresponsabilidad social y un retorno negativo en el mercado de la bolsa. De igual forma, Orlitzky (2003) evidenció una relación positiva entre mantener las expectativas sociales, ambientales y financieras de los negocios mientras sigan siendo rentables. Sin embargo, Barnett (2007) considera que los retornos generados por la RSE no aplican para todos los tipos de empresas ni para todos los periodos de tiempo, así como ocurre con la publicidad y con la investigación y desarrollo. A continuación se presenta el cuadro 20, el cual sustenta desde el punto de vista académico, la elaboración de la propuesta.

Cuadro 20: Principios Básicos de la RSE para Fundamentar la propuesta

<p>TRANSPARENCIA Está basado en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales.</p> <p>MATERIALIDAD Supone que la organización debe tener en cuenta las necesidades y expectativas de las partes interesadas en la toma de decisiones, afrontando todas las dimensiones de la RSE, así como todas sus actividades e impactos, directos e indirectos.</p> <p>VERIFICABILIDAD Las actuaciones socialmente responsables de la entidad deben someterse a una verificación externa. La verificabilidad está fundamentada en la posibilidad de que expertos independientes puedan comprobar las actuaciones de la empresa.</p> <p>VISIÓN AMPLIA La organización debe centrar sus objetivos de responsabilidad social empresarial en el contexto de sostenibilidad más amplio posible. Debe considerar el impacto que produce a nivel local, regional, continental y global, con un sentido claro de legado para futuras generaciones.</p> <p>MEJORA CONTINUA La RSE va ligada estrechamente a la idea de gestión</p>

continuada, que tiene por objetivo principal la pervivencia de la organización.

NATURALEZA SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN La RSE está arraigada en la creencia y reconocimiento de la naturaleza social de las organizaciones, como valor que prevalece sobre cualquier otra consideración de tipo económico o técnico. Destaca el valor y el papel del ser humano como ente individual y social, origen y fin de la organización.

Fuente: Aguilera (2007).

Estructura de la Propuesta

La estructura de la propuesta se concibió a partir de las necesidades financieras específicas de las PYMES en torno a la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial, destacando el hecho que para las empresas los esfuerzos en términos sociales y ambientales no han sido satisfactorios y deben diferenciarse de prácticas filantrópicas que tienen efectos de corto plazo. En tal sentido, la propuesta se estructura en base la Responsabilidad Social, como un espacio donde convergen empresarios, Estado y Sociedad Civil, la cual no ha estado ajena a los efectos de la globalización.

En este contexto, las nuevas tendencias mundiales se orientan hacia que lo público ha ido dejando de ser parte exclusiva de lo estatal. Se habla incluso de bienes públicos globales sobre cuya provisión y resguardo cabe una responsabilidad no sólo al Estado, sino también a la más diversa gama de actores sociales, entre ellos de manera destacada al empresariado, como es el caso de las PYMES. En tal sentido, la responsabilidad social del empresariado, la cual se circunscribía a la creación de riqueza, de empleo y de ingresos fiscales, hoy se amplía para proyectarse a las más diversas áreas de preocupaciones de la sociedad, como el medio ambiente, la participación de la sociedad civil, los derechos humanos y la mujer.

De manera tal que la propuesta se orienta hacia los distintos ámbitos, Estado, empresariado y Sociedad Civil para desarrollar la tarea de fortalecer y promocionar la RSE, la cual debe ser compartida, de manera tal que exista real cooperación entre todos los actores involucrados, de forma sistemática y efectiva, para que se consolide el dinamismo y la pro actividad a la cooperación público privada en materia de RSE.

En este contexto, el tema de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial en las PYMES se sustenta en el logro de un trabajo coordinado entre el Estado, los empresarios y la Sociedad Civil, el cual debiera contribuir al desarrollo de una gestión integrada de RSE. Para ello junto con las actividades de información, capacitación e intercambio de buenas prácticas las empresas deberán ir adoptando paulatinamente instrumentos de trabajo que lleven el concepto de responsabilidad social a su plena significación. En este ámbito, será de gran importancia que la empresa avance en la práctica de publicar sus informes de responsabilidad social, debido a que lo óptimo es que estas lleguen a incorporar iniciativas coherentes para el país y el mundo.

De igual forma, para concebir la propuesta en el contexto empresarial, deben considerarse los aspectos económicos y financieros, así como los actores de todos los niveles y en los que repercute directamente el accionar de la organización. La manera en que se presenta la división concéntrica se sustenta en las distintas dimensiones que una organización puede tener según el entorno en el que se desarrolla: el corazón de la organización donde se encuentran los directivos y trabajadores, la comunidad como motor de la empresa (dimensión empresarial), el mercado o la fuerza y su perspectiva (dimensión económica) y la Responsabilidad Social Empresarial, que representa el área donde se dará cumplimiento a las acciones que serán ejecutadas por las PYMES, (dimensión social).

A continuación se presenta la figura 3, la cual ilustra los aspectos planteados:

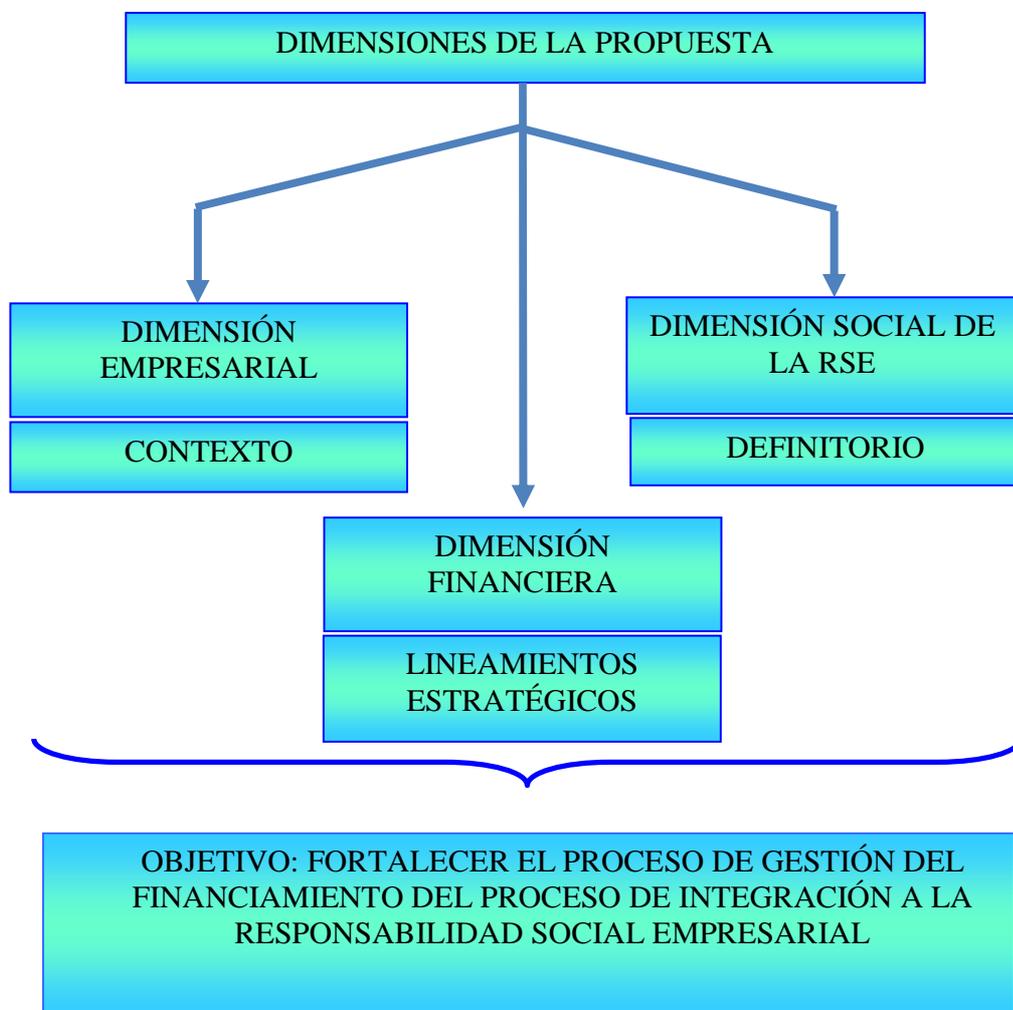


Figura 3: Dimensiones de la Propuesta. Fuente: Barrios (2015)

A continuación se desarrollan los aspectos de cada una de las dimensiones contempladas en la propuesta, destacándose el hecho que las estrategias financieras se ubican únicamente en la dimensión financiera, debido a que la dimensión social lleva implícito el aspecto definitorio representado por la Responsabilidad Social Empresarial y la dimensión empresarial se concibe como el contexto donde se llevarán a cabo los lineamientos a ser propuestos.

DIMENSIÓN EMPRESARIAL:

La dimensión empresarial representa las decisiones corporativas, mediante las cuales se definen criterios y marcos de acción que orientan la gestión en todos los niveles de las PYMES en aspectos específicos tales como capacitación a empleados en temas ambientales, incentivos al ahorro de recursos, obsolescencia tecnológica, mecanismos de servicios de apoyo y asesoría a empleados, así como el desarrollo e innovación en asuntos relacionados con el medio ambiente. A continuación se presenta la figura 4, que permite visualizar el contexto de influencia de la RSE en las PYMES.

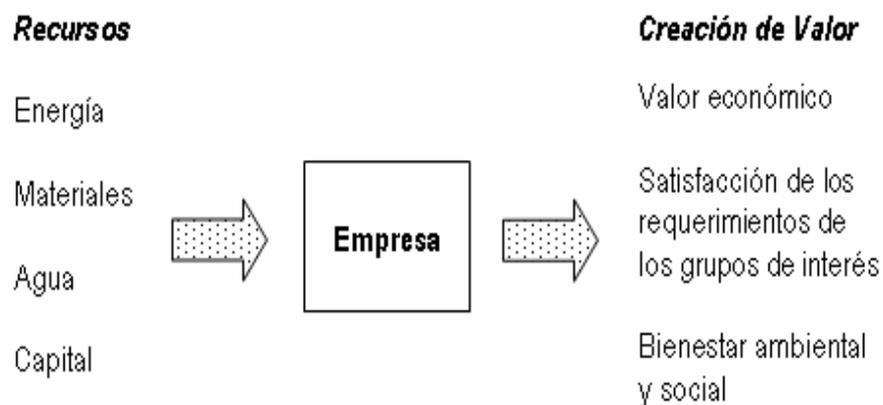


Figura 4: Contexto de influencia de la RSE. Fuente: Aguilera (2007).

En función de los aspectos planteados hasta ahora, la propuesta para la implementación de la RSE se plantea en base a un concepto dinámico y en desarrollo, por lo que es preciso caracterizarlo con algunas claves para comprender mejor su verdadera dimensión. Así, la RSE es:

Integral, es decir, abarca a un conjunto complejo de dimensiones de la empresa.

Gradual, puesto que se presenta como un camino de excelencia a seguir.

Proporcional, ya que la expectativa de su ejercicio y aplicación tiene una relación directa con el tamaño de la empresa y su correspondiente poder o capacidad de influencia en el mercado.

De esta manera el entorno social, económico, jurídico e institucional condiciona la actividad de las PYMES que ve como alteraciones del mismo pueden producir modificaciones en sus cualidades esenciales, en sus objetivos y en las expectativas y demandas a cubrir de los distintos grupos de interés. Entre los rasgos del entorno que influyen con mayor intensidad en el desarrollo de la RSE se encuentran los siguientes:

- Globalización.
- Desarrollo de la sociedad civil.
- Demandas surgidas por diversos problemas sociales, económicos (como los mencionados escándalos empresariales) y medioambientales.
- Nuevas formas de organización del trabajo.
- Pérdida de peso del sector privado e incremento de la influencia de las empresas.
- Protagonismo e impulso de las organizaciones supranacionales.
- El modelo de creación de valor de las organizaciones.
- La innovación tecnológica, especialmente la aparición de Internet como red universal de telecomunicaciones.
- Este entorno ha llevado a grandes compañías y algunos sectores a introducir ya en sus prácticas comerciales y de gestión aspectos de la RSE.
- Compromisos voluntarios y autorregulación sobre aspectos medioambientales y sociales específicos de determinados sectores como el de la energía y la

industria papelera, entre otros, estableciéndose en ocasiones como mecanismos de barrera de entrada.

- Condiciones sobre certificaciones y otros aspectos impuestos por grandes corporaciones a su cadena de proveedores
- Normas y regulaciones desarrolladas por organismos públicos.

A partir de lo anteriormente expuesto, se observa que los objetivos de la RSE están vinculados a las necesidades de los grupos de interés o grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con un interés legítimo, directo o indirecto, por la marcha de ésta. Estos grupos de interés equivalen a los tradicionalmente denominados en la contabilidad financiera, usuarios, en un enfoque de empresa socialmente responsable que se considera ciudadano corporativo.

Dentro de los grupos de interés pueden identificar aquellos que se encuentran dentro de la estructura de la organización, denominados internos, y los externos que no están en su estructura, pero que se relacionan con ésta desde su independencia orgánica, como se observa en la figura 5.



Figura 5. Elementos de la RSE. Fuente: Aguilera (2007)

DIMENSIÓN SOCIAL DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

El objetivo básico de la RSE es suministrar elementos de dirección y gestión consistentes para el desarrollo de un modelo de empresa sostenible, que satisfaga las necesidades de los grupos de interés y que genere externalidades socialmente responsables en las PYMES mediante un conjunto de acciones diseñadas para tal fin. Para lograr estos objetivos la empresa debe partir de unos principios básicos congruentes con el concepto de RSE y las necesidades de los grupos de interés. Los propuestos por el Marco Conceptual son: transparencia, materialidad, verificabilidad, visión amplia, mejora continua y naturaleza social de la organización.

La implementación de la gestión de la Responsabilidad Social Empresarial se está extendiendo progresivamente en las empresas como consecuencia de las diferentes presiones que reciben del entorno social así como de la propia conciencia empresarial. La gestión de la misma no debe quedarse en una mera gestión a nivel operativo sino que debe integrarse en la gestión estratégica como un elemento más a considerarse como generador de ventajas competitivas. La gestión o comportamiento socialmente responsable implantará estrategias y sistemas de gestión que contemplen no sólo aspectos económicos, sino también sociales y medioambientales, que satisfagan las necesidades y expectativas de los grupos de interés. La aplicación de sistemas de gestión medioambiental y sociales generalmente aceptados pueden resultar de gran ayuda para una efectiva implantación de la estrategia social.

Atendiendo a la distinción adoptada para los grupos de interés, se pueden diferenciar también comportamientos socialmente responsables de carácter interno y externo. El control interno de las PYMES se encargará de medir el grado de cumplimiento de las estrategias sociales y medioambientales a través de los mecanismos de diagnóstico más objetivos y fiables posible. Por ejemplo el sistema de indicadores cuantitativos y cualitativos puede ser un instrumento eficaz para el

control del comportamiento social cuando se orienta a la medición de las variables de la responsabilidad social.

En la medida que el principal instrumento de las PYMES del principio de transparencia sea la información, la organización deberá orientar parte de sus esfuerzos a proporcionar información externa relativa a su impacto económico, social y medioambiental. El contenido y formato de presentación de la información sobre RSE puede variar sustancialmente de una empresa a otra, de ahí los problemas actuales de comparación informativa. La información elaborada debe responder a los principios básicos de la RSE, por lo que además de promover la transparencia, materialidad y visión amplia de la PYME debe ser verificable.

La evaluación de la información por expertos independientes externos es aconsejable para alcanzar mayores cotas de fiabilidad y compromiso. De la misma forma que la auditoría financiera aporta credibilidad a las cuentas anuales de cara a sus usuarios, la verificación debe hacer lo propio con el Informe de Sostenibilidad respecto a los grupos de interés.

Alcances de la Responsabilidad Social Empresarial en la PYME

En este escenario cambiante, donde aparece la responsabilidad Social empresarial como factor de equilibrio, se pueden visualizar los siguientes alcances como concepto en el desarrollo de las actividades empresariales:

Alcance social y de desarrollo: Desde este punto de vista la RSE se centra en las actividades realizadas por la PYME con el fin de contribuir a la sociedad y la comunidad externa a ésta, cumpliendo con el sentido del deber y considerando en esto a los grupos más vulnerables.

Alcance solidario e igualitario: En esta noción la PYME se reconoce como un sistema inserto en uno mayor, destacándose ésta en la contribución a las oportunidades y la igualdad de las personas, en este sentido es que se reconoce la existencia implícita de derechos y deberes, por parte de las empresas y la sociedad.

Alcance de autorreferencia: Esta noción considera sólo el interior de la PYME, es decir, la relación que se produce entre ésta con los accionistas, clientes y trabajadores, sin que hayan responsabilidades de otro tipo hacia la comunidad externa, enfocándose solo al mercado y visualizando a la empresa como generadora de ganancias.

Alcance ético sistémico: Se considera una visión integral de la PYME en la sociedad, donde se rescata la responsabilidad de ésta con sus grupos de interés de manera permanente, de ahí el carácter sistemático de esta noción, por considerar las acciones socialmente responsables como permanente en el tiempo.

Alcance ético y de valores: ésta noción parte a raíz de lo expuesto en los puntos anteriores, considerando la RSE como reflejo de la PYME o las personas que están a cargo de éstas, destacando el énfasis de trabajar bajo valores y difundirlos a todas las áreas, fomentando el surgimiento de una ética corporativa que va a sustentar el proceso de toma de decisiones en la empresa.

En la figura 6 se hace relación al surgimiento de la responsabilidad social en la PYME tras los cambios en el escenario mundial y nacional, en que la incorporación de este concepto y de acuerdo a sus alcances en la sociedad se vean reflejadas sus acciones en la comunidad externa e interna, a la vez que ésta toma una mayor conciencia en lo social y en su participación en la aplicación por parte de las empresas.

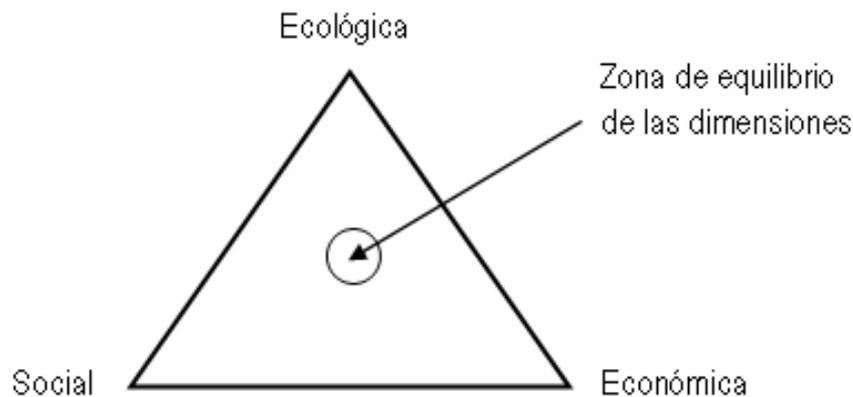


Figura 6: Alcances De La Responsabilidad Social Empresarial.

Fuente: Aguilera (2007).

En base a lo anteriormente expuesto, se plantea que para la PYME la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial se puede lograr de acuerdo con las etapas de dicho proceso de implantación.

DIMENSIÓN FINANCIERA

En la perspectiva económica, la propuesta se justifica debido que hoy en día no se concibe una empresa aislada de su entorno social dada su interdependencia con proveedores, clientes, inversionistas y competidores así como su influencia en la comunidad local. Por tal razón, se debe propiciar un entorno favorable que conlleve al crecimiento del negocio de la PYME con RSE. El factor dinámico propio de las empresas es generado en primera instancia por su interrelación con la sociedad a la cual le debe la mano de obra necesaria para el desarrollo de sus procesos y servicios así como la demanda de los mismos a través de los consumidores. Por tanto, en el marco de la RSE debe actuar de la mano con los valores sociales, éticos y

preocuparse por mejorar los estándares de calidad de vida de la población así como promover el desarrollo social.

A continuación la figura 7 se visualiza los requisitos para financiar las actividades relacionadas con la responsabilidad Social en las PYMES.

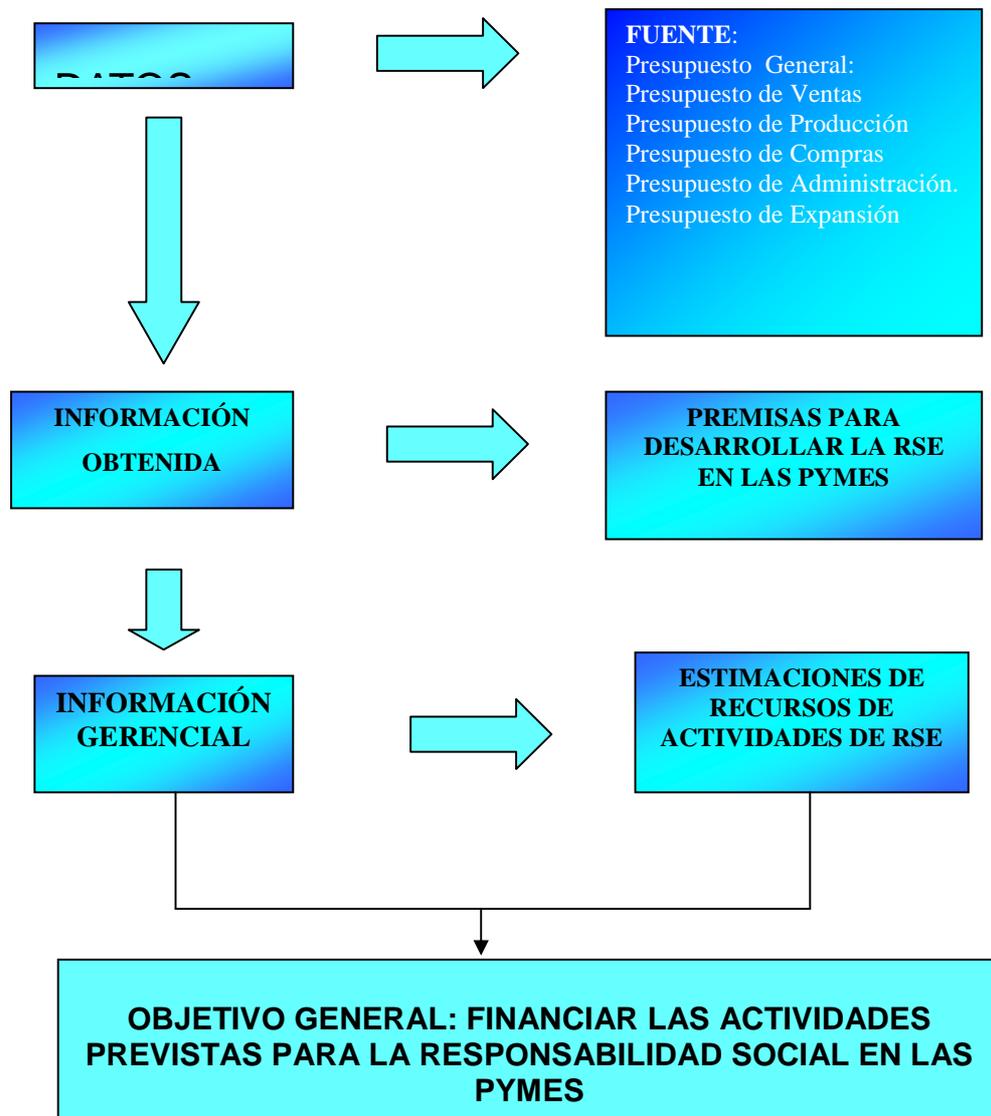


Figura 7: Esquema del diseño conceptual del aspecto financiero de la propuesta. Fuente: La investigadora (2015)

Elementos de la Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES

Del mismo se extrae que la implementación de la estrategia de RSE implica el desarrollo y la integración de una cultura organizacional con la definición de la visión y los valores corporativos, el mercado, la competencia, la comunidad, el lugar de trabajo, los consumidores, los proveedores, el medio ambiente y el Estado (figura 8).

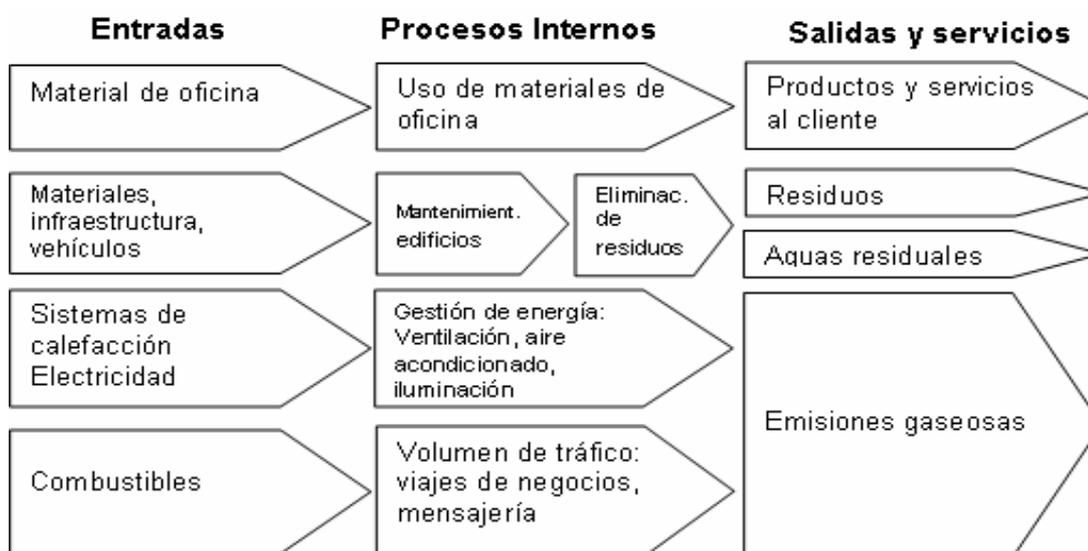


Figura 8: Implementación de la RSE. Fuente: las investigadoras (2010)

Como se observa en la figura anterior, la eficiencia en el manejo de la RSE es una herramienta que relaciona outputs e inputs de manera tal que mientras menores sean los insumos utilizados, más eficiente será el negocio, el impacto ambiental negativo será menor y se propiciará el desarrollo integral de los recursos humanos y la comunidad local logrando una ventaja competitiva sostenida.

A continuación se presentan las Estrategias Financieras para las PYMES del estado Aragua en el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial.

Estrategias Propuestas:

- Estructurar las políticas necesarias para optimizar el uso de los recursos para el proceso de integración a la Responsabilidad Social Empresarial, tomando en cuenta el momento histórico y las condiciones económicas en que se encuentran las PYMES.
- Formular políticas y planes de administración financiera de recursos en función del propósito de las actividades de RSE en las empresas y la presencia perdurable en el mercado competitivo.
- Analizar las variables derivadas de los lapsos de tiempo tomados en cuenta en la organización, representados por el cumplimiento de las etapas que conforman el ciclo de actividades de RSE, a su representatividad en la estructura de costos de la PYME y a la situación global de la economía.
- Fortalecer los mecanismos de obtención de información requerida por la gerencia para evaluar las influencias del entorno, los recursos disponibles y los resultados esperados por las empresas del sector.
- Identificar las áreas claves de las empresas en términos de sensibilidad financiera, es decir, la factibilidad de realizar cambios en los presupuestos establecidos inicialmente para las actividades de RSE.
- Precisar los niveles de tolerancia del área para la redistribución de los fondos recurridos con énfasis en los tiempos de ejecución de planes y los patrones de ejecución de los mismos.

- Establecer el perfil económico de las áreas de las empresas en función de su adaptabilidad a nuevos escenarios del uso de los fondos para las actividades de Responsabilidad Social Empresarial.
- Definir políticas de redistribución de capital con base en los requerimientos de fondos y su viabilidad operativa.
- Estructurar planes de contingencia que le faciliten a la gerencia la toma de decisiones en materia de redistribución y ajuste de los patrones de ejecución de la política de uso y disposición de los fondos para RSE.
- Identificar los niveles de acción para manejar recursos y orientarlos al logro de objetivos propuestos en las PYMES para cumplir con los principios de RSE.
- Precisar las partidas presupuestarias en orden de importancia para la ejecución de ajustes y cambios en los montos y fechas requeridos para las actividades de RSE.
- Fortalecer el manejo gerencial como alternativa de viabilidad comprobada en la toma de decisiones sobre ajustes en los flujos de caja y obtención de fondos por financiamiento externo para compromisos de actividades de RSE.
- Analizar con precisión temporal el desarrollo de proyectos de inversión que involucren desembolsos significativos de capital de trabajo de las empresas del sector para dar cumplimiento de las funciones exigidas en la normativa legal vigente en torno a la Responsabilidad Social Empresarial.

- Establecer la capacidad financiera de las PYMES para afrontar cambios en la disponibilidad de efectivo para actividades de RSE.
- Estructurar manuales de normas y procedimientos en materia de ajustes y traslados de partidas presupuestarias para los integrantes de la organización que sean encargados de la RSE.

De forma tal que la incorporación de RSE en las prácticas de la PYME y los alcances que ésta tiene en el desarrollo de sus actividades, hace que se quiera especificar el enfoque o la participación de las partes involucradas en la relación o interacción empresa sociedad, por lo que se identifican las dimensiones de acción y los niveles que alcanza esta relación.

Entorno de la Responsabilidad Social Empresarial de la PYME

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

Entorno Interno.

Este entorno considera como grupos de interés a los directivos, al general de los empleados, accionistas o dueños de la empresa, involucrando también el escenario en que se desarrollan las actividades de la PYME, como es el proceso productivo o la toma de decisiones. En las acciones que la empresa realiza dentro de

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

La Comunidad Interna: Que comprende empleados, dueños y accionistas, para los cuales la Responsabilidad Social va a actuar proporcionando una mejor calidad de vida, un entorno seguro y más atractivo para desarrollar sus funciones entre otros beneficios.

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

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

Entorno Externo

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

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

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

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

En la actualidad, la responsabilidad social de las empresas y la importancia que en ella tiene la prevención de riesgos laborales y la atención a las condiciones de trabajo, paso de ser una necesidad y una creciente exigencia social, hasta convertirse en algo esencial para la viabilidad empresarial y su continuidad como fuente de beneficio económico. La responsabilidad social no es algo novedoso en el mundo empresarial, aunque en estos últimos años está adquiriendo una nueva dimensión por el especial interés que conlleva, demandando una gestión cuidada como en cualquier ámbito de valor estratégico, que supere lo anecdótico o lo filantrópico.

Finalmente, se toma en cuenta que en la sociedad actual las empresas deben reconocer el impacto que han causado en el medio ambiente, identificar si este impacto es positivo o negativo y en función al diagnóstico o reconocimiento para generar acciones para fortalecerlo o considerarlo según sea el caso, es decir que todos son corresponsables de la gestión de su actividad empresarial.

Administración de la propuesta

La puesta en práctica de la presente propuesta se basa en el proceso de toma de decisiones de la PYME y se fundamenta en que una vez se haya desarrollado la aplicación práctica de la propuesta, se deben comparar los resultados positivos y negativos expuestos en la presente investigación y llevar a cabo un monitoreo y evaluación del modelo propuesto. Es de resaltar que tanto el modelo enunciado es flexible en cuanto a los tipos de programas a ejecutar, la determinación de sus indicadores para elaborar un diagnóstico y seguimiento, por ello se recomienda evaluar su adaptación para el caso de otras empresas.

Factibilidad de la propuesta

Factibilidad organizacional

El diseño de las dimensiones, premisas y los lineamientos que integran la propuesta se realizó en función de los resultados obtenidos en el diagnóstico efectuado en torno a la situación actual de las funciones relacionadas con la Responsabilidad Social empresarial en la PYME, el cual permitió conocer la situación actual de la misma y detectar fallas y deficiencias que pueden ser mejoradas o superadas para alcanzar niveles de competitividad, asimismo, los lineamientos se derivan de las premisas e indicadores identificados en el diagnóstico del sector, de allí que se considere que exista la factibilidad organizacional para implementarlas.

Factibilidad Humana

Para llevar a la práctica los lineamientos contemplados en la propuesta se dispone del personal que labora en los diferentes departamentos de las PYMES, los

cuales manifestaron su interés en incorporar las funciones relacionadas con la Responsabilidad Social empresarial.

Factibilidad Económica

Este aspecto no es limitante para la implementación de la propuesta, dado que las funciones relacionadas con la Responsabilidad Social no requieren de erogaciones representativas de dinero, de igual forma puede indicarse que los recursos económicos requeridos para poner en marcha los lineamientos se consideran una inversión para optimizar las funciones relacionadas con la RSE de la organización.

REFERENCIAS

- Arias; F. (1997). **El Proyecto de la Investigación**. Guía para su Elaboración. Tercena Edición. Caracas- Episteme.
- ÁVILA, H (2006) **INTRODUCCIÓN A LA METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**. EDICIÓN ELECTRÓNICA. TEXTO COMPLETO EN WWW.EUMED.NET/LIBROS/2006C/203/
- Araujo, L. (2011) **Gestión Social Responsable de la empresa AGROLUCHA, C.A. Período 2010-2011**. Trabajo Especial de Grado no publicado presentado en la Universidad de Carabobo para optar al título de Magister en Gerencia, mención Administración.
- Balestrini, M. (2001). **Como se elabora el proyecto de investigación (Para los Estudios Formulativos o Exploratorios, Descriptivos, Diagnósticos, Evaluativos, Formulación de Hipótesis Casuales, Experimentales y los Proyectos Factibles)**. Caracas. BL Consultores Asociados, Servicio Editorial.
- Beley Y Brigham. (2000). **El control integrado de gestión**. México. Limusa Noriega Editores.
- Brealey, J. y Myers, W. (2004). **Teoría de la Administración**. Noriega Editores Limusa. México.
- Bernstein. (1995). **Administración y Finanzas**. Bogotá: Editorial Mac Graw -Hill Hispanoamericana.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2012) Informe Anual. Bogota: Autor.
- Chacón. (2008). Gerencia Estratégica. México Editorial Industria Editorial Mexicana.
- Chiavenato, I. (2003) **Iniciación de la Organización y Control**. Ciudad de México. Editorial Mc Graw Hill Interamericana.
- Colmenares. (2007). **Principios y Prácticas de Gestión Financiera**. Madrid.
- Comisión Europea (2009) **Marco europeo para la responsabilidad social de las empresas**. Brusellas, Bélgica. Publicado por la Comisión Económica Europea.
- Comisión Venezolana de Normas Industriales (COVENIN) (2260:1988) **Programa de Higiene y Seguridad Industrial**. Decreto N° 01/06/88. Caracas – Venezuela.

- Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. 30 de Diciembre de 1999. Gaceta Oficial N° 36.860, Año CXXVIII Mes III.
- Deusto, R. (2002). **Finanzas**. México: Prentice Hall. México
- Dominguez, M. (2007). **Competitividad en las Organizaciones**. Disponible: <http://www.monografias.com>. (Consulta: Febrero 2012).
- Estanga, M. (2010) **Responsabilidad Social Empresarial en una empresa del sector del plástico ubicada en el estado Carabobo**. Trabajo Especial de Grado no publicado presentado en la Universidad de Carabobo para optar al título de Magister en Gerencia, mención Administración.
- Fernández, R. (2011) **Análisis del Registro de los Programas Sociales Internos de Responsabilidad Social Empresarial en Grupo La Caridad, C.A.** Trabajo Especial de Grado no publicado, presentado en la Universidad de Carabobo para optar el título de Magister en Gerencia mención Administración.
- Friedman, B. (2004) **El Pensamiento Organizativo**. Buenos Aires: Editorial Tesis Norma.
- Fredick. (2007). **Perspectivas Económicas Financieras 2007**. Caracas: Autor.
- García. (2007). **Gestión de Capital en Proyectos**. Editorial Prentice - Hall Hispanoamericana S. A.
- Gitman, L. y Joehk (1999). **Finanzas**. México: Prentice Hall – México.
- Helfert. (2000). **Negocios**. Cuarta Edición. México.
- Hernández. (2007). **Gerencia Financiera**. Un Enfoque Estratégico. Santa Fé de Bogotá: Mc. Graw – Hill Interamericana.
- Hernández, y Otros, (1991). **Metodología de la Investigación**. México. Mc Graw Hill.
- Hernández S. Fernández, C. y Baptista, P. (2005). **Metodología de la Investigación**. México: Editorial Mc Graw Hill.
- Hurry (1994). **Introducción a la Teoría General de la Administración**. Colombia. Mc. Graw Hill Interamericana, S.A.

- Hurtado, J. (2000). **Metodología de la Investigación Holística** (2a. ed.). Caracas: SYPAL.
- Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social de Brasil (2008). **La Responsabilidad Social**. Publicaciones del ETHOS- Brasil. Autor.
- Kart Marx. (2000). **El Proceso Estratégico**. Editorial Prentice - Hall Hispanoamericana S. A.
- Lawrence. (2000) Lawrence, J. (2004). **Fundamentos de Finanzas**. Editorial Mc Graw Hill. México.
- Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria* (2001). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.552. De fecha 12 de Noviembre de 2001. Caracas
- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT)* (1986) Gaceta Oficial N° 3850 (18-06-86) Caracas – Venezuela.
- Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT) (2005) Gaceta Oficial N° 38236 (26-07-2005) Caracas – Venezuela.
- Luque, Y (2009) **La Industria Socialmente Responsable**. Barcelona-España. Editorial Bosch.
- Márquez, J (2010). **Principios de la Responsabilidad Social en las Empresas**. Valencia, España: Editorial Tirant lo Blanch.
- Mayora. (2005). **Gerenciar riesgos en la nueva economía: Un componente esencial de una gerencia competitiva**. Internet. ...[http://www/universal.com](http://www.universal.com).
- Martínez. (2006). **Propuestas para la expansión de la producción industrial de alimentos**. XV Asamblea de CAVIDEA. Foro 2008.
- Melinkoff. (1990). **Conjectures and Refutations. The Growth Scientific Knowledge**. London, p.p. 215-250: (trad al español. Conocimiento Objetivo: Madrid Tecnos.)
- Nieto, (2000) **Suplemento del Diario del Mundo Hospitalario**. Año 7. N° 61. Buenos Aires. Argentina.

- Osborne, D., y Plastrik, P., (2008). **La reducción de la burocracia**. Cinco estrategias para reinventar el gobierno. Barcelona, España, Paidós.
- Parella Stracuzzi, S y Martins Pestana, F. (2003). **Metodología de la Investigación Cuantitativa**. Caracas: Editorial FEDUPEL.
- Pérez. (2007). **El proceso estratégico**. México. Prentice Hall Hispanoamericana.
- Pulido, G. (2006) **Administración**. Ciudad de México. Editorial Prentice-Hall. Interamericana S.A.
- Ramírez. (2006). **El Malestar de la Globalización**. Londres: Allen Lane Editores.
- Redondo, A. (1998) **Curso Práctico de contabilidad General y Superior**. Caracas. Editorial Panapo.
- Ramírez, C, (1999). **Instrumentos de la Investigación Educativa. Procedimiento para su Diseño y Validación**. Barquisimeto. Ediciones CIDEG, S.A.
- Rojas (2007) **La Planificación Financiera de la Pequeña y Mediana empresa en Venezuela**. Trabajo Especial de Grado presentado en la Universidad de Carabobo para optar al título de Magister en Administración de Empresas Mención Gerencia.
- Sabino, C. (2003). **El Proceso de Investigación**. Caracas. Editorial Panapo.
- Sierra B, R (2009). **Metodología de las Ciencias Sociales**. Madrid. Editorial Paraninfo.
- Tamayo y Tamayo (2003) **El Proceso de Investigación Científica**. México, Editorial LIMUSA.
- Universidad Bicentennial de Aragua (2009) **Manual para la elaboración, presentación y evaluación del Trabajo Final de Investigación de los Programas de Postgrado**. San Joaquín de Turmero.
- Vives. (1996). **Teoría Financiera**. México. Limusa Noriega Editores.
- Winzler, J. (2006) **Finanzas en Administración**. México. Editorial Mc Graw Hill.
- Weston, F (2005). **Fundamentos de Administración**. México – México D. F. Editorial Mc Graw-Hil.

A N E X O S

PRESENTACIÓN

Los datos por usted suministrados serán de mucha utilidad para esta investigación, ya que contribuirán al desarrollo de la misma. Agradezco altamente de usted su sincera y objetiva respuesta, asegurándole de antemano que ésta será tratada confidencialmente.

A continuación usted encontrará una serie de preguntas, en las cuales existen dos alternativas de respuestas y en algunos casos se presentan opciones que permiten complementar la información requerida para desarrollar el diagnóstico. Usted escoge la opción que considere marcando con una equis “X”. Su respuesta tendrá carácter confidencial, por lo que le agradecemos de antemano su atención, sinceridad e interés que preste en este cuestionario. Las alternativas de respuesta son: SI () NO ()

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Pregunta No. 1: ¿Disponen de lineamientos para cumplir con la responsabilidad social?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 2: ¿La empresa dispone de normas y procedimientos en relación con las responsabilidades social?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 3: ¿Posee conocimientos sobre los aspectos operativos de la responsabilidad social?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 4: ¿Considera que existe relación entre la responsabilidad social y la ética empresarial?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 5: ¿Disponen de lineamientos para cumplir con los principios legales en materia de responsabilidad social?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 6: ¿Llevan a cabo actividades para el cumplimiento de los principios de la responsabilidad social?

SI _____ NO _____

Si su respuesta es afirmativa, mencione algunos: _____

Pregunta No. 7: ¿Realizan actividades de identificación de necesidades de adiestramiento y capacitación?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 8: ¿Considera usted que cuentan con la información requerida para la integración de la institución con la comunidad?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 9: ¿Toman en consideración la conservación del medio ambiente en el diseño de los planes organizacionales?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 10: ¿Se proyecta la importancia de la calidad de vida en la gestión de la responsabilidad social de la empresa?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 11: ¿Realizan planificaciones efectivas de las actividades relacionadas con la Responsabilidad Social?

SI _____ NO _____

Mencione algunas: _____

Pregunta No. 12: ¿Disponen de pautas para consolidar la responsabilidad social empresarial?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 13: ¿Cuentan con mecanismos de control de gastos sobre las actividades sociales de la organización?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 14: ¿Toman en consideración los aspectos financieros en el diseño de los planes de Responsabilidad Social?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 15: ¿Se han evaluado los aspectos económicos y financieros de la responsabilidad social en la empresa?

SI _____ NO _____

Pregunta No. 16: ¿Es necesario diseñar estrategias para financiar los planes de responsabilidad social en la empresa?

SI _____ NO _____



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ÁREA DE ESTUDIOS DE POST GRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN FINANZAS
CAMPUS LA MORITA



ESTUDIOS SUPERIORES PARA GRADUADOS
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Carabobo

CARTA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe M^c. José H. Cabeza Titular
de la Cédula de Identidad 10732084, Especialista
en Metodología, hago constar mediante la presente que el
instrumento de recolección de datos, que será aplicado a la muestra
seleccionada en la investigación del Trabajo de Grado titulado
**ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES DEL ESTADO
ARAGUA EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN A LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL**, diseñado por Jheny Barrios, titular de la cédula de
Identidad N° V-14.917.899, aspirante al Título de Magister en Administración
de Empresas, Mención Finanzas, reúne los requisitos suficientes y
necesarios para ser aplicado en el logro de los objetivos que se desean
obtener en esta investigación.

Constancia de Aprobación que se expide en Maracay, a los
10 días del mes de Julio
del año 2015

Atentamente,

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

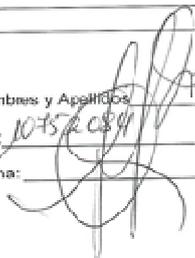
pregunta / items	PERTINENCIA			REDACCIÓN			ADECUACIÓN		
	D	R	D	D	R	D	D	R	D
1	/			/			/		
2	/			/			/		
3	/			/			/		
4	/			/			/		
5	/			/			/		
6	/			/			/		
7	/			/			/		
8	/			/			/		
9	/			/			/		
10	/			/			/		
11	/			/			/		
12	/			/			/		
13	/			/			/		
14	/			/			/		
15	/			/			/		
16	/			/			/		

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS

Nombre y Apellidos

C.I.:

Firma:

Jose Felipe Cabeza
10752054




UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ÁREA DE ESTUDIOS DE POST GRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN FINANZAS
CAMPUS LA MORITA



ESTUDIOS SUPERIORES PARA GRADUADOS
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad de Carabobo

CARTA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, Leyda H. Garza Titular de la Cédula de Identidad 9078978 Especialista en Contador, hago constar mediante la presente que el instrumento de recolección de datos, que será aplicado a la muestra seleccionada en la investigación del Trabajo de Grado titulado **ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES DEL ESTADO ARAGUA EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, diseñado por Jheny Barrios, titular de la cédula de Identidad N° V-14.917.899, aspirante al Título de Magister en Administración de Empresas, Mención Finanzas, reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser aplicado en el logro de los objetivos que se desean obtener en esta investigación.

Constancia de Aprobación que se expide en Maracay, a los Ocho días del mes de Julio del año 2.015

Atentamente,

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

preguntas / ítems	PERTINENCIA			REDACCIÓN			ADECUACIÓN		
	B	R	D	B	R	D	B	R	D
1	✓			✓			✓		
2	✓			✓			✓		
3	✓			✓			✓		
4	✓			✓			✓		
5	✓			✓			✓		
6	✓			✓			✓		
7									
8	✓			✓			✓		
9	✓			✓			✓		
10	✓			✓			✓		
11	✓			✓			✓		
12	✓			✓			✓		
13	✓			✓			✓		
14	✓			✓			✓		
15	✓			✓			✓		
16	✓			✓			✓		

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS

*Eliminar preguntas N° 7.
Tomar en cuenta sugerencia en cuadro de
variables. (ANEXO KITANTE).*

Nombres y Apellidos Leyda Barco

C.I.: 9-678.978

Firma: 



UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ÁREA DE ESTUDIOS DE POST GRADO
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
MENCIÓN FINANZAS
CAMPUS LA MORITA



ESTUDIOS SUPERIORES FINANCIEROS
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Universidad Central

CARTA DE VALIDACIÓN

Quien suscribe, MIGUEL RODRIGUEZ Titular de la Cédula de Identidad 3343592, Especialista en CONTENIDO, hago constar mediante la presente que el instrumento de recolección de datos, que será aplicado a la muestra seleccionada en la investigación del Trabajo de Grado titulado **ESTRATEGIAS FINANCIERAS PARA LAS PYMES DEL ESTADO ARAGUA EN EL PROCESO DE INTEGRACIÓN A LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**, diseñado por Jheny Barrios, titular de la cédula de Identidad N° V-14.917.899, aspirante al Título de Magister en Administración de Empresas, Mención Finanzas, reúne los requisitos suficientes y necesarios para ser aplicado en el logro de los objetivos que se desean obtener en esta investigación.

Constancia de Aprobación que se expide en Maracay, a los 13 días del mes de JULIO del año 2.015

Atentamente,

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

preguntas / ítems	PERTINENCIA			REDACCIÓN			ADECUACIÓN		
	B	R	D	B	R	D	B	R	D
1	/			/			/		
2	/			/			/		
3	/			/			/		
4	/			/			/		
5	/			/			/		
6	/			/			/		
7	/			/			/		
8	/			/			/		
9	/			/			/		
10	/			/			/		
11	/			/			/		
12	/			/			/		
13	/			/			/		
14	/			/			/		
15	/			/			/		
16	/			/			/		

OBSERVACIONES Y SUGERENCIAS

Nombres y Apellidos MIGUEL RODRIGUEZ

C.I.: 3743592

Firma: 