PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STANHOME PANAMERICANA, C. A., UBICADA EN MARACAY, ESTADO ARAGUA

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINSTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA

PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STANHOME PANAMERICANA, C. A., UBICADA EN MARACAY, ESTADO ARAGUA

AUTORAS:
FERMÍN C., YOLLY M.
RODRÍGUEZ M., YUBISAY M.
TREJO L., YLIANA V.

LA MORITA, NOVIEMBRE DE 2009

ACTA DE EVALUACIÓN DE TRABAJO DE GRADO

Los abajo firmantes, Profesor Martin Buriel, Profesora Paola Lamenta y Profesora Ana Sierra, titulares de las cédulas de identidad números 3.687.482, 12.932.895 y 14.943.796 respectivamente, designados por el Consejo de Escuela como miembros del Jurado Evaluador del Trabajo de Grado titulado **"PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STHANHOME PANAMERICANA, C.A., UBICADA EN MARACAY ESTADO ARAGUA."** que presentan los bachilleres Fermín Yolly, Rodríguez Yubisay y Trejo Yliana, titulares de las cédulas de identidad número 15.473.166, 12.929.528 y 17.986.289, aspirante al Título de Licenciado en Contaduría Publica, reunidos en esta fecha y lugar para evaluarlas y calificarlas en acto público, luego de revisado el trabajo y oída la exposición oral hecha por las aspirantes arriba identificadas, realizar el respectivo interrogatorio y deliberar sobre el particular, todo en conformidad con lo señalado en las "Normas internas para la tramitación, entrega, discusión y evaluación del Trabajo de Grado", aprobadas por el Consejo de Facultad, acordamos emitir el siguiente veredicto:

**** APROBADO MERITORIO****

De igual manera, el Jurado deja constancia de que la categoría aprobatoria otorgada se fundamenta en que el Trabajo de Grado se consideró relevante en razón por sus aportes en cuanto a la Responsabilidad Social Empresarial aplicable a las empresas y por su contribución a nuevas investigaciones.

Dado, firmado y sellado en el recinto universitario de La Morita, a los seis días del mes de noviembre del año dos mil nueve.

Prof. Buriel Martin
Jurado Coordinador

Prof. Paola Lamenta
Jurado

Prof. Ana Sierra
Tutor

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA

CONSTANCIA DE APROBACIÓN

Yo, **ANA VICTORIA SIERRA**

C.I. **14.943.796**, tutor del Trabajo de Grado titulado:

PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STANHOME PANAMERICANA, C. A., UBICADA EN MARACAY, ESTADO ARAGUA

presentado por el (los) bachiller (es)

Fermín Yolly, Rodríguez Yubisay Rodríguez y Trejo Yliana

Para optar al título de Licenciado en **CONTADURÍA PÚBLICA**

considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser entregado, presentado públicamente y evaluado por un jurado calificador designado para tales fines.

Nombre y Apellido: **ANA VICTORIA SIERRA**

C.I.: **14.943.796**

Firma: _____

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINSTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA

CONSTANCIA DE ACEPTACIÓN

PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STANHOME PANAMERICANA, C. A., UBICADA EN MARACAY, ESTADO ARAGUA

TUTORA:
ANA, SIERRA

ACEPTADO EN LA UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE CONTADURÍA PÚBLICA
POR:

_____
ANA, SIERRA
V-14.943.796

LA MORITA, NOVIEMBRE DE 2009

DEDICATORIA

El cumplimiento de esta meta, forma parte de una pequeña muestra de agradecimiento:

Para **DIOS**, por su infinita bondad de darnos la oportunidad de lograr este triunfo.

Para **NUESTROS PADRES**, quienes en este largo camino nos brindaron el apoyo necesario para mantenernos firmes y seguir adelante., sin USTEDES no hubiese sido posible lograr este gran éxito.

Nuestro trabajo de Grado, está dedicado a quienes fomenten la búsqueda de nuevos caminos, para brindar soluciones a diversas problemáticas y de esta manera darle un valor agregado a las organizaciones a través de la investigación.

Yolly, Yubisay, Yliana.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, a **DIOS**, por darnos la sabiduría, el conocimiento y la inteligencia, para hacerle frente a las adversidades surgidas en el transcurso de esta etapa académica. Y asimismo, por mostrarnos el camino correcto para emprender las decisiones que hicieron posible cumplir los objetivos de nuestro Trabajo de Grado.

A **nuestros PADRES**, porque han sido nuestra fortaleza, por alentarnos en cada momento de nuestras vidas y darnos la estabilidad emocional y sentimental; que hicieron posible este gran logro.

A **nuestros HERMANOS**, por cada palabra de aliento, por su apoyo incondicional en todo este proceso.

A nuestra tutora académica, **Lic. ANA VICTORIA SIERRA**, por ser nuestra guía y apoyo en cada paso de este gran proyecto.

A la empresa **STANHOME PANAMERICANA, C.A.**, por darnos la oportunidad de desarrollar nuestro trabajo de investigación en sus instalaciones.

Y a todas aquellas personas, que de alguna manera, se hicieron partícipe de este proceso para hacer posible este gran triunfo.

Gracias!!!!

Yolly, Yubisay, Yliana.

ÍNDICE GENERAL

	Pág.
DEDICATORIA……..	v
AGRADECIMIENTO…….	vi
ÍNDICE GENERAL……	vii
ÍNDICE DE CUADROS…….…..…	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS……....……	xii
ÍNDICE DE FIGURAS……..	xiv
RESUMEN…….....	xv
INTRODUCCIÓN……..	1
CAPÍTULO I EL PROBLEMA	
Planteamiento del Problema……...	5
Formulación de Problema……...	10
Objetivo General……..	10
Objetivos Específicos……..	10
Justificación de la Investigación…….	11
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	
Antecedentes de la Investigación……	13
Reseña Histórica de la Empresa Stanhome Panamericana, C.A..…….	16
Bases Teóricas……	18
Balance Social……...	19
Objetivos de un Balance Social…….	20
Enfoques en la Medición de la Responsabilidad Social……	21
Ventajas del Balance Social……...	24
Beneficios del Balance Social en Razón de la Importancia de la Responsabilidad Social…..……	25
Responsabilidad Social…..…….	28
Responsabilidad Social de las Empresas: Dimensión Externa…...……...	30

Comunidades locales……. 30
Enfoque Global de la Responsabilidad Social de las Empresas…… 32
Gestión Integrada de la Responsabilidad Social…… 32
Razones que Justifica la Responsabilidad Social Empresarial…….. 33
Definición de Términos……. 35
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO
Modalidad de la Investigación…… 38
Tipo de Estudio…..…….. 38
Método de Investigación.…… 41
Población y Muestra……... 42
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos……. 46
Validez y Confiabilidad del Instrumento……... 49
Técnicas de Análisis de la Información…….. 52
CAPÍTULO IV ANÁLISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS
Análisis del Guión de Entrevista…… 56
Análisis del Cuestionario…… 70
CAPÍTULO V LA PROPUESTA
Presentación de la Propuesta…….. 95
Justificación de la Propuesta……... 96
Fundamentación de la Propuesta…… 97
Objetivos de la Propuesta……..…… 98
Objetivo General…… 98
Objetivos Específicos…… 98
Factibilidad de la Propuesta…… 99
Estructura de la Propuesta…… 99
CAPÍTULO VI CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES
Conclusiones……... 117

Recomendaciones……... 120
REFERENCIAS……... 122
ANEXOS……. 125
Guión de Entrevista…… 126
Cuestionario…… 132
Operacionalización de Variables…… 134
Estimación de la Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos: Guión de Entrevista…….…...…. 136
Estimación de la Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos: Cuestionario……..……. 137
Estimación del Coeficiente de Validez de Contenido (CVC) para la Validación del Instrumento de Recolección de Datos: Guión de Entrevista 138
Estimación del Coeficiente de Validez de Contenido (CVC) para la Validación del Instrumento de Recolección de Datos: Cuestionario……. 139
Carta de Validación…… 141

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro		Pág.
1	Población de la Investigación……	44
2	Muestra de la Investigación……..	45
3	La empresa desarrolla acciones sociales dirigidas a la comunidad…..	70
4	Las acciones comunitarias realizadas por la empresa se rigen por alguna reglamentación……..	72
5	Las acciones comunitarias en materia de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa se hacen de manera voluntaria…..	73
6	Considera usted que las acciones sociales dirigidas a la comunidad realizadas actualmente por la empresa permiten cumplir con las metas propuestas en materia de Responsabilidad Social Empresarial.....	75
7	Cree usted que la empresa realmente está comprometida con la comunidad en cuanto a las acciones sociales destinadas a su beneficio	76
8	La entrega de los fondos obtenidos para las acciones sociales dirigidas a la comunidad se hace a través de un acto público……..	78
9	La empresa cuenta con herramientas que permitan evaluar las acciones sociales realizadas en materia de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad……	79
10	La empresa utiliza partidas contables especiales para el registro de las acciones sociales dirigidas a la comunidad……	81
11	La empresa tiene una estructura contable única para la presentación de las diversas partidas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad……	82
12	La empresa cuenta con algún plan formal dirigido a las acciones comunitarias……	83
13	La empresa lleva un control de las acciones sociales que se realizan…	84

14	Considera usted que las acciones comunitarias se presentan detalladamente en las herramientas contables utilizadas actualmente por la empresa…….	85
15	Cree usted que dicha presentación es la más idónea para analizar los resultados……	87
16	Conoce usted qué es el Balance Social……...	88
17	Conoce usted los objetivos del Balance Social……..	89
18	Cree usted que es necesario dar a conocer a las personas interesadas las acciones sociales realizadas……..	90
19	Considera usted que es necesario contar con una estructura que permita presentar las acciones sociales de manera separada de la contabilidad general……	92
20	Cree usted que sería conveniente para la empresa la implementación de un Balance Social……..	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO		Pág.
1	La empresa desarrolla acciones sociales dirigidas a la comunidad	71
2	Las acciones comunitarias realizadas por la empresa se rigen por alguna reglamentación……	72
3	Las acciones comunitarias en materia de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa se hacen de manera voluntaria……	74
4	Considera usted que las acciones sociales dirigidas a la comunidad realizadas actualmente por la empresa permiten cumplir con las metas propuestas en materia de Responsabilidad Social Empresarial……..	75
5	Cree usted que la empresa realmente está comprometida con la comunidad en cuanto a las acciones sociales destinadas a su beneficio…….	77
6	La entrega de los fondos obtenidos para las acciones sociales dirigidas a la comunidad se hace a través de un acto público……	78
7	La empresa cuenta con herramientas que permitan evaluar las acciones sociales realizadas en materia de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad…….	80
8	La empresa utiliza partidas contables especiales para el registro de las acciones sociales dirigidas a la comunidad…….	81
9	La empresa tiene una estructura contable única para la presentación de las diversas partidas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad……	82
10	La empresa cuenta con algún plan formal dirigido a las acciones comunitarias……..	83

11	La empresa lleva un control de las acciones sociales que se realizan……	84
12	Considera usted que las acciones comunitarias se presentan detalladamente en las herramientas contables utilizadas actualmente por la empresa……	86
13	Cree usted que dicha presentación es la más idónea para analizar los resultados……..	87
14	Conoce usted qué es el Balance Social……..	88
15	Conoce usted los objetivos del Balance Social……..	89
16	Cree usted que es necesario dar a conocer a las personas interesadas las acciones sociales realizadas……	91
17	Considera usted que es necesario contar con una estructura que permita presentar las acciones sociales de manera separada de la contabilidad general……	92
18	Cree usted que sería conveniente para la empresa la implementación de un Balance Social……	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Pág.

FIGURA

1 Estimación de Ventas para la Recaudación de los Fondos destinados a Donaciones……. 101

2 Registro de Actividades…….. 104

3 Aportes Realizados por Área…….. 106

4 Desarrollo de Productos…….. 108

5 Balance Social…… 113

UNIVERSIDAD DE CARABOBO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ADMINSTRACIÓN COMERCIAL Y CONTADURÍA PÚBLICA
CAMPUS LA MORITA

PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STANHOME PANAMERICANA, C. A., UBICADA EN MARACAY, ESTADO ARAGUA

AUTORAS:
FERMÍN C., YOLLY M.
RODRÍGUEZ M., YUBISAY M.
TREJO L., YLIANA V.
TUTORA:
SIERRA, ANA
AÑO 2009

RESUMEN

El propósito de esta investigación consistió en conocer el conjunto de las aportaciones económico - sociales que brinda la empresa Stanhome Panamericana, C. A. a la sociedad, y cómo la empresa presenta su situación social en materia de Responsabilidad Social Empresarial; de igual manera, con la propuesta de un Balance Social se pretende identificar las acciones comunitarias realizadas por la organización y presentarlas en la estructura de un Balance Social. La metodología utilizada se enmarcó en un Proyecto Factible basado en un estudio de campo, y a su vez descriptivo apoyado en una investigación documental. La población de éste estudio estuvo conformada por dos grupos. El departamento de Contabilidad el cual está constituido por diez (10) personas, y el departamento de Marketing compuesto por dieciséis (16) personas. Para la muestra se consideró sólo a las personas expertas en el área de Responsabilidad Social llevada a cabo en la empresa. En este caso, cinco (5) personas del departamento de contabilidad y cuatro (4) personas del departamento de Marketing. Para determinar esta muestra se utilizó el muestreo no probabilístico, específicamente la muestra de expertos. Entre las técnicas utilizadas están la entrevista estructurada y la encuesta. Por otra parte, los instrumentos que se emplearon fueron el guión de entrevista conformado por diecinueve (19) preguntas y el cuestionario conformado por dieciocho (18) preguntas con dos (02) alternativas de respuestas (Si y No). Los datos obtenidos fueron graficados a través de diagramas circulares. Después del respectivo análisis de datos se obtuvo como conclusión final que la empresa no cuenta con una herramienta contable para presentar únicamente sus acciones comunitarias, motivo por la cual se propuso establecer un Balance Social y se exponen las recomendaciones necesarias para su implementación.
Palabras Claves: Responsabilidad Social Empresarial, Balance Social.

INTRODUCCIÓN

La Responsabilidad Social constituye una nueva visión empresarial que supera aquellas acciones humanitarias que impulsan a las empresas a realizar donaciones ocasionales inspiradas en un sentido caritativo. El concepto de Responsabilidad Social se enmarca en un proceso de toma de conciencia, partiendo de la eliminación de las distancias entre la acción social del Estado y la de las empresas, de tal manera que las organizaciones privadas puedan participar en la solución de ciertos problemas sociales que el Estado no puede solventar. Asimismo, la organización tiene la necesidad de responder a las expectativas de la sociedad y de esta manera la empresa puede obtener un reconocimiento a la acción empresarial.

En nuestros días, la Responsabilidad Social juega un papel importante para el desarrollo de las empresas, por lo que éstas han tenido la necesidad de fortalecer sus estrategias y así cumplir con los diferentes compromisos sociales, medioambientales y económicos. El objetivo primordial es lograr que todo aquel que forme parte de la organización se sienta a gusto y, por consiguiente, comprometido con la empresa.

No basta que una empresa cumpla con la ley para considerarla socialmente responsable. La empresa privada es un actor determinante de la economía; sus gestiones impactan a todos. El objetivo primordial de las organizaciones es generar bienes y servicios, pero se le pide comportamientos responsables con los consumidores, empleados, medio ambiente, y saber involucrarse con la comunidad.

Las organizaciones deben asumir retos constantemente, muchas empresas han comprobado que la Responsabilidad Social sirve de gran ayuda para confrontarlos y obtener grandes beneficios, que quizás no se aprecien de inmediato, pero con el transcurso del tiempo se podrá notar que esta práctica puede aumentar significativamente su rentabilidad.

Es aquí donde el Balance Social surge como una herramienta que permite presentar la responsabilidad social empresarial en dos ámbitos, el ámbito interno y el ámbito externo. Cabe acotar que en la presente investigación se consideró el ámbito externo en lo referente a la presentación contable de las partidas relacionadas con las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.

Por consiguiente, el Balance Social se considera un instrumento que permite a sus diferentes lectores apreciar en forma separada las acciones comunitarias de las actividades normales de la empresa, generando la posibilidad de tomar decisiones en cuanto al desarrollo que ha tenido con su entorno, a consecuencia de ser socialmente responsable.

Por lo anteriormente expuesto, es importante destacar que la responsabilidad social es una estrategia casi vital para las empresas de hoy en día, primordialmente si lo que se quiere es aumentar su competitividad y mejorar el ambiente que las envuelve.

Cabe destacar que esta investigación se basó en la propuesta de un Balance Social bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.

De acuerdo al propósito de esta investigación, se desarrollaron una serie de procedimientos. Se ha adoptado una metodología que permitió el logro consecutivo de las metas propuestas. Este trabajo se encuentra estructurado en seis capítulos, los cuales se especifican a continuación:

Capítulo I. El Problema: Contiene el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, tanto el general como los específicos, así como las razones

básicas y alcances que permitieron el desarrollo de la investigación.

Capítulo II. Marco Teórico: Está representado por el marco teórico, en éste se consolidan los antecedentes de la investigación. Seguidamente, se presenta la fundamentación teórica que se basa en conceptos, teorías y principios, especialmente del área de Responsabilidad Social y Balance Social. Y finalmente, se muestra la definición de aquellos términos más relevantes.

Capítulo III. Marco Metodológico: Corresponde al marco metodológico, donde se describió el tipo y diseño de la investigación, la población y muestra, las técnicas y los instrumentos de recolección de información que permitieron el desarrollo de los objetivos planteados, posteriormente, se definen las técnicas de recolección y análisis de los datos utilizados.

Capítulo IV. Análisis y Presentación de los Resultados: Se presentaron los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos y sus respectivos análisis, a través de la interacción entre el personal de la empresa y las investigadoras, los cuales permitieron el logro de los objetivos planteados

Capítulo V. La Propuesta: Representa el cumplimiento de los objetivos de la investigación. En éste capítulo se establece sistematizadamente los parámetros para el diseño de un Balance Social bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias de la empresa objeto de estudio.

Capítulo VI. Conclusiones y Recomendaciones: En esta fase se resumen los conocimientos obtenidos en el proceso de investigación, así mismo se expusieron las recomendaciones necesarias para la posible aplicación de la propuesta en la organización.

Por último, se presentan las referencias bibliográficas que fueron utilizadas como apoyo durante el desarrollo de la investigación, los anexos que corresponden a la estructura de los instrumentos y sus respectivas validaciones.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

La transparencia con que las empresas dan a conocer su desempeño financiero es un componente esencial de la acción social; sin embargo, las tendencias mundiales muestran que esto no es suficiente. Hoy en día grupos de empleados, clientes, comunidad, inversionistas, proveedores, gobierno y organizaciones en general, están verdaderamente interesados en esta información, observando de cerca para cuantificar su comportamiento, que va más allá de su rol económico y financiero cotidiano, sobre todo en el ámbito social comunitario y medioambiental de las empresas.

Cabe destacar que las empresas están preocupadas por implementar estrategias dirigidas al logro de su competitividad y eficiencia, al éxito productivo y, a su vez, contribuir con su comunidad en el sentido más amplio; es la combinación entre su misión y sus logros lo que la hace merecedora de su renombre por parte de la sociedad donde se desenvuelve, ya que en gran medida estos sectores hacen posible su existencia y desarrollo.

Es por ello que la comunidad donde interactúa la empresa merece especial atención, por lo cual es importante que ésta conozca sus necesidades, considerando y respetando las características, orígenes y valores predominantes en su entorno social, ya que no sólo se trata de lograr el desarrollo de la empresa, sino que también es necesario el desarrollo de la sociedad de la cual forma parte, para así lograr el bienestar que genera la relación empresa – comunidad, que va más allá del cumplimiento de leyes y que fundamentalmente garantiza la supervivencia y

mantenimiento del aparato económico social.

Por consiguiente, la Responsabilidad Social constituye una visión y conciencia empresarial que se traduce en una acción que supera las actuaciones cotidianas y donativos humanitarios para asumir compromisos no sólo hacia el ámbito interno de la empresa y sus trabajadores, sino también hacia el ámbito externo, entre los cuales se encuentra, la comunidad, enfocándose en la sociedad en la que la empresa se desenvuelve. De esta forma, las empresas invierten en su futuro, y esperan que el compromiso que han adoptado voluntariamente contribuya a incrementar su rentabilidad. Según Castillo (1986, p. 265) comenta:

> La responsabilidad social supone que la empresa, en el ejercicio de su función, ha de tomar conciencia de los efectos reales totales de sus acciones con el entorno social, internalizando unas pautas de comportamiento que representen una actitud más positiva en la consideración de los valores e intereses sociales. Como consecuencia de este cambio de mentalidad, surgen presiones sobre la institución empresarial, que reclaman un control efectivo de las externalidades y costes sociales generados por la actividad económico-empresarial, ante la constatación de la insuficiencia del beneficio como único índice expresivo de la eficiencia socioeconómica de la entidad.

Por lo anteriormente expuesto, se puede precisar que la responsabilidad de las empresas en el ámbito social comunitario, es un tema importante en el desarrollo de cualquier organización, es un proceso que se va desarrollando día a día de forma gradual, y se ajusta a las posibilidades y necesidades de cada empresa. Indudablemente el papel fundamental de la empresa es contribuir en la obtención de riqueza de un país a través de la producción de bienes y servicios al menor costo posible para satisfacer las necesidades y aspiraciones humanas, pero también debe considerar como parte de sus objetivos el hecho de participar activamente en

desarrollar las relaciones interinstitucionales, el medio ambiente, la calidad y servicio, así como también llevar a cabo acciones comunitarias en el país donde opera.

Las organizaciones en general deben estar dispuestas a adoptar nuevas ideologías, que les permitan obtener mayores beneficios económicos como servir a la sociedad y contribuir con las obligaciones y responsabilidades sociales que beneficien su capital, sus empleados y obreros, así como también deben destinar parte de sus beneficios a elevar y mejorar el nivel de comunidades urbanas y rurales de menores recursos.

En Venezuela actualmente existe un interés continuo por la Responsabilidad Social Empresarial, y varias instituciones se han dedicado a difundir e impulsar sus preceptos, entre ellas destaca la Cámara Venezolana – Americana de Comercio e Industria (Venamcham), así como algunas universidades que también se han dedicado a realizar investigaciones en relación con este tema.

Ciertamente, el hecho de que las organizaciones necesiten ser socialmente responsables se ha convertido en una estrategia casi vital para su desarrollo, pero cómo saber que la responsabilidad social empresarial se está ejecutando de manera adecuada, y que su implementación es realmente satisfactoria para la empresa; es aquí donde figura el balance social, que es una herramienta o mecanismo de gestión empresarial de presentación de la contabilidad social que permite planear, organizar, dirigir, registrar, controlar y evaluar la medición en términos cualitativos y cuantitativos el desarrollo de las acciones de responsabilidad social llevadas a cabo por la empresa, tanto en la parte interna como externa, en un tiempo determinado con relación a las metas propuestas.

En cuanto a la parte interna, la responsabilidad social se refiere a la relación de la empresa con sus trabajadores, donde se evalúan ciertos aspectos como la caracterización socio demográfica de la fuerza de trabajo, las condiciones laborales,

de organización y representación del personal, programas de salud ocupacional, programas o servicios sociales, entre otras cosas que afectan directamente esa dependencia empresa – trabajador. La parte externa también es una relación pero con el entorno donde se desarrolla la empresa, en donde se consideran aspectos como calidad de los servicios y productos generados, relaciones interinstitucionales, acciones en beneficio de la comunidad y los efectos de la actuación de la empresa con el medio ambiente.

En algunos países europeos, latinoamericanos y en Estados Unidos, están realizando como práctica frecuente el balance social, herramienta que permite entre sus bondades, evaluar el cumplimiento de su responsabilidad social; aspecto que las empresas han asumido como un compromiso ético y que se conciben como socias de múltiples actores que intervienen en el desarrollo social y económico de sus naciones. Dicho balance sirve de información para complementar la presentación de los resultados financieros alcanzados.

Cabe señalar que la gestión social que deben llevar a cabo las empresas debe ser una actividad racional con objetivos y metas claramente definidas y, por lo tanto, es necesario contar con un instrumento contable que permita presentar únicamente las acciones en materia de responsabilidad social empresarial. Al respecto, Mateos (1998, p. 195) expresa que el Balance Social:

> Es el sistema de información empresarial que refleja las relaciones que maneja la empresa con la sociedad, con su entorno y con sus grupos internos y externos al objeto de proporcionar una información transparente de todas las aportaciones que preste a la sociedad.

Es así como los empresarios sienten la necesidad de evaluar el destino y el impacto de la inversión social de manera que dicha inversión sea la expresión de

un proceso de planificación y se desarrollen programas que sean producto de metodologías contemporáneas.

Es acá donde se plantea la propuesta del Balance Social bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., ubicada en Maracay, estado Aragua; dicha empresa se dedica a la venta por demostración, de productos excepcionales y de gran calidad para las necesidades de la mujer, para la limpieza del hogar y bienestar de la familia; satisfaciendo las exigencias de las mujeres en todo el mundo, proponiéndoles una actividad que equilibra el desarrollo profesional, el contacto personal y la vida familiar. Donde las investigadoras, a través de una observación preliminar, lograron detectar una serie de aspectos susceptibles a ser mejorados entre los cuales destaca que la empresa no cuenta con instrumentos contables que le permitan presentar únicamente la información de las acciones comunitarias ejecutadas.

La condición que presenta actualmente la empresa Stanhome Panamericana, C. A., con respecto al balance social, es que no cuenta con esta herramienta que permite planificar, organizar y controlar el desarrollo de la responsabilidad social, ya que no tiene un instrumento contable a través del cual pueda evaluar el destino y el impacto de las acciones comunitarias realizadas y asimismo opinar acerca de la gestión de la empresa.

Obteniendo esta herramienta, es decir, el Balance Social, estos empresarios podrán apreciar la actuación de la organización frente a las actividades sociales; por estas razones, se plantea diseñar un balance social que permita presentar contablemente las diferentes acciones comunitarias realizadas por la empresa.

Formulación del Problema

¿Es factible diseñar un balance social bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., ubicada en Maracay, estado Aragua?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer un Balance Social bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., ubicada en Maracay, estado Aragua.

Objetivos Específicos

1.- Diagnosticar la situación actual en materia de responsabilidad social empresarial en cuanto a las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.

2.- Identificar las herramientas utilizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A. para presentar contablemente las partidas de las acciones comunitarias.

3.- Analizar cómo se presentan contablemente las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.

4.- Diseñar un Balance Social bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.

Justificación de la Investigación

El motivo por el cual se plantea diseñar un balance social bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., surge de la necesidad de conocer el conjunto de las aportaciones económico-sociales que brinda la empresa a la sociedad, y cómo la empresa a través de una estructura contable presenta únicamente sus acciones en materia de responsabilidad social; para esto, es necesario tener directrices que permitan identificar los programas de mayor utilidad para la comunidad y la sociedad que favorecen al desarrollo de la acción social más efectiva.

De igual manera, el diseño de un balance social tendrá como propósito primordial, informar a la empresa sobre la gestión social empresarial, evaluar la evolución en cuanto al impacto de las acciones comunitarias y así evitar posibles conflictos con los grupos de interés; lo que se busca es generar confianza entre la empresa y la sociedad, y de esta manera lograr la armonía entre ambas, preservándola y haciéndola viable en el largo plazo.

Con el diseño de un balance social bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., se pretende identificar las acciones sociales realizadas por la organización y presentarlas contablemente en la estructura de un balance social, para así proporcionar información de utilidad para

todos los grupos de interés, y de esta manera los directivos puedan tomar decisiones al respecto.

Asimismo, se decide llevar a cabo ésta investigación debido a que la responsabilidad social y específicamente el balance social son argumentos de gran interés para las organizaciones de hoy en día. Es un tema novedoso y servirá como apoyo para nuevas investigaciones relacionadas con este estudio.

Por último, este Trabajo de Grado permitirá a las investigadoras desarrollarse profesionalmente y obtener la Licenciatura en Contaduría Pública.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la Investigación

Los antecedentes de la investigación son todos aquellos trabajos de grado realizados por otras personas con anterioridad que guardan relación con el objeto de estudio, aportando información importante al presente trabajo. Según Arias (1999, p. 45), se 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 objeto de estudio. En este punto se debe señalar además de los autores, el año en que se realizan los estudios, los objetivos, y principales hallazgos.

Entre los trabajos que sirvieron de antecedentes se encuentran:

Primeramente, Agorrea y Molina (2005) en su Tesis de Grado titulado: "Propuesta para la implementación del balance social como herramienta evaluadora para el cumplimiento de la responsabilidad social de la corporación CANTV, ubicada en la ciudad de Caracas, Distrito Capital". Esta investigación tuvo como objetivo principal desprender su utilidad midiendo los resultados obtenidos en un período de tiempo determinado, luego de aplicar una estrategia social que permita conocer y así poder evaluar la situación y evolución de la realidad social. El presente trabajo se orientó hacia una investigación de proyecto factible, apoyado en una modalidad de campo, con un nivel de profundidad descriptivo y con base documental. La recolección de datos se efectuó con el uso de un cuestionario dirigido a la muestra y a la observación

directa. La investigación arrojó como resultado que se deben elaborar y perfeccionar algunos indicadores Económicos – Laborables, para que permitan comparar las inversiones sociales e involucrar tales inversiones dentro del balance financiero como una forma de perfeccionar el balance social y garantizar la validez de la información. El trabajo de investigación anteriormente descrito, tiene relación con el presente estudio porque ambos son una propuesta de un balance social y en donde se muestra la importancia del balance social como medio de divulgación de las acciones sociales con relación a la responsabilidad social de la empresa.

Así mismo, Caldera y Toloza (2005) realizaron un trabajo titulado: "Análisis del balance social como instrumento evaluador del rendimiento de la responsabilidad social empresarial caso. Banesco Banco Universal," el cual tuvo como propósito evaluar el balance social a través de indicadores, para determinar el rendimiento de la responsabilidad social de Banesco Banco Universal. El estudio se orientó a la investigación de campo, con base documental y un nivel de conocimiento que permitió la búsqueda y recolección de fuentes primarias que conllevaron a evidenciar, en la propia realidad, el análisis e interpretación de los resultados. Los investigadores concluyeron que es posible medir, a través de indicadores, la responsabilidad social en el caso específico de Banesco. Esta investigación sirve como la actual para resaltar la importancia que tiene el balance social como un instrumento base para planificar, organizar y controlar el desarrollo de la responsabilidad social dentro de las empresas.

En un orden similar de ideas, Morales y Urquía (2006) plantearon la "Efectividad de la aplicación del balance social como herramienta de la responsabilidad social en las pymes, del estado Carabobo, sector metalmecánico". El objetivo de esta investigación fue realizar un estudio sobre la aplicación del balance social en las pymes del estado Carabobo, específicamente en el sector metalmecánico, con la finalidad de conocer qué tan efectivo es el balance social como instrumento para evaluar la responsabilidad social. El estudio se realizó por medio de una

investigación de campo, de carácter descriptivo. Como conclusión a la investigación resultó, lo efectivo y necesario que es contar con un balance social que le permita a la empresa afianzar los métodos para el ejercicio de la responsabilidad social de la empresa a través de la herramienta del balance social. Este estudio sirvió como antecedente a la investigación en desarrollo, ya que trabaja con base en la aplicación de un balance social como una herramienta que le permita a la empresa planificar y controlar la responsabilidad social.

Similarmente, Arismendi, González y Velásquez (2007) en su trabajo titulado: "Aproximación a la aplicación del balance social como herramienta evaluadora de la responsabilidad social a lo interno, caso Universidad de Carabobo, FACES Campus "La Morita", tuvieron como propósito aplicar un balance social a la Universidad de Carabobo, FACES Campus La Morita para establecer el cumplimiento de su responsabilidad social a lo interno. El estudio se desarrolló bajo la modalidad de investigación de campo de nivel descriptivo, apoyada en una investigación documental. Los resultados de la investigación revelaron un balance favorable en cuanto a las variables inversión, educación, alimentación, salud, biblioteca; por el contrario, las variables costo del ausentismo, programas culturales, becas y medicamentos no reflejaron efectos positivos, lo cual sugiere que en la institución no se desarrollan acciones dirigidas a promover el conocimiento de la responsabilidad social. Ésta guarda relación con la investigación en estudio porque trata acerca de la aplicación de un balance social como una herramienta que permite evaluar la responsabilidad social de las empresas públicas y privadas, ya sea en el ámbito interno o externo de la misma.

Finalmente, López (2008) en su trabajo titulado: "El Balance Social como herramienta Integral para Evaluar la gestión de las Agrotiendas de la CVA empresa comercializadora de Insumos y Servicios Agrícolas, S. A., Adscrita a la Corporación Venezolana Agraria (CVA). Durante los años 2006 – 2007", presentó como propósito

analizar, bajo el enfoque del Balance Social como herramienta integral para evaluar la gestión de las Agrotiendas de la CVA Empresa Comercializadora de Insumos y Servicios Agrícolas, S. A., adscrita a la Corporación Venezolana Agraria (CVA), durante los años 2006 – 2007. La investigación estuvo enmarcada dentro del enfoque sistémico, en un estudio de campo con diseño documental, descriptivo, puesto que se desarrolló con fuentes primarias procesadas por medio de aplicación de una encuesta tipo cuestionario. Con base en los resultados, el investigador concluyó que la misión, visión, objetivos y líneas programáticas, son aspectos totalmente conocidos por sus empleados, lo que origina que la ejecución de las actividades laborales se realicen en condiciones normales, también se constató que no se ejecutan programas, actividades o planes de formación y capacitación que permitan desarrollar en el personal fortalezas, habilidades y destrezas. La vinculación que este trabajo de grado tiene con la presente investigación es que en ambos se trabaja con el balance social como herramienta que le permita a la empresa evaluar o analizar la responsabilidad social en diferentes ámbitos ya sea interno o externo.

Reseña Histórica de la Empresa Stanhome Panamericana, C.A.

Nace en 1931, como una respuesta a la difícil situación económica que muchas mujeres vivían durante la época de la gran depresión, Stanley Beveridge crea en Estados Unidos a Stanhome, una innovadora forma de venta, agradable y social, especialmente pensada para la mujer.

El éxito de Stanhome se ha extendido a más de 20 países, contando con miles de Dealers en el mundo. En Venezuela, se fundó en 1957. Desde entonces, Stanhome ha apoyado a las familias venezolanas ofreciéndoles la oportunidad de tener un negocio propio con el respaldo de una empresa transnacional que ha revolucionado el mercado en el mundo. Desde hace más de 48 años, Stanhome se ha dado a conocer en

Venezuela por sus productos únicos de alta calidad para el hogar, la familia y para el uso personal de la mujer.

A finales del año 1997 el Consorcio Francés Yves Rocher adquiere Stanhome, realizando transformaciones positivas, se cambia la venta por demostración al sistema de ventas por folleto, diversificando los productos, logrando ser la empresa competitiva y exitosa que es actualmente.

Esta es una empresa de Sistema de Venta Personalizada que mejor conoce las necesidades de la familia y aspiraciones de la mujer. Cuenta con su propia planta de producción, regida por los más altos estándares de calidad, así como también, con el respaldo de Stanhome Institute de Francia. De esta manera, garantiza el 100% de satisfacción a sus clientes.

Visión de Stanhome Panamericana, C.A.

Ser la mejor Empresa de Venta Personalizada del país en la elaboración, distribución y servicios de productos con excelente calidad para el Hogar, la Familia y para el uso Personal de la Mujer, con proyección a nivel mundial en el desarrollo y la especialización del negocio.

Misión de Stanhome Panamericana, C.A.

La vida familiar esta llena de oportunidades. Los diferentes roles que desempeña la mujer en la sociedad actual exigen la elaboración de un proyecto de vida que defina sus metas y objetivos a largo, mediano y corto plazo. Es por ello que Stanhome reconoce la importancia de sus productos para satisfacer las necesidades de ella y su familia, facilitando las tareas del hogar, su cuidado personal y el de todos sus miembros.

Mediante una atención personalizada que asiste las necesidades de sus clientes, les expresa confianza en cuanto a sus usos, bondades y garantía en un 100%, logrando así proporcionarle bienestar y tranquilidad, administrando mejor sus labores y su tiempo.

Esta empresa se fortalece gracias al recurso humano que tiene y en especial a su fuerza de ventas, liderando espacios en el país con excelentes oportunidades para el desarrollo personal y profesional, llevando sus valores y su cultura a cada hogar venezolano.

El Desarrollo Organizacional en Stanhome es sinónimo de desarrollo humano y está orientado hacia el logro de un liderazgo motivacional, un mejoramiento individual y empresarial, continuo, eficaz, dinámico y competitivo.

La investigación y la tecnología para la exploración de nuevos mercados internos y externos se solidifica, para adaptarse a los cambiantes y distintos escenarios.

Conscientes de su responsabilidad y honestidad, contribuye con el desarrollo del país, compartiendo activamente los nuevos paradigmas de la Gerencia participativa, siendo protectores del medio ambiente y promotores del crecimiento económico y social de la familia venezolana.

Bases Teóricas

Para el logro de este estudio fueron consultados los conocimientos teóricos con la finalidad de apoyar la investigación; el soporte teórico está compuesto por una serie de definiciones y procesos que permiten fortalecer adecuadamente los resultados de la presente investigación y la cual proporciona seguridad de la misma. En este sentido, Tamayo y Tamayo (2004, p. 208) describe las bases teóricas como:

> Nos amplia la descripción del problema e integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas, es la teoría del problema y tiene como fin ayudarnos en la descripción del problema, de tal manera que puedan ser manejadas y convertidas en acciones concretas.

A continuación se encuentran las siguientes bases teóricas:

Balance Social

En este nuevo contexto de la Responsabilidad Social, se encuentra un elemento importante a destacar como lo es el Balance Social, en donde las empresas con algunas excepciones, se ven preocupadas por cumplir con el requisito de publicar un balance de sus acciones sociales y no ven al balance social como un instrumento o una herramienta de gestión que le puede permitir mejorar el perfeccionamiento de su programa de Responsabilidad Social. García (1996, p. 35) define el Balance Social "como informe social de la empresa, entendido como esfuerzo sistemático para medir, evaluar e informar sobre el desarrollo de actividades empresariales que tienen impacto social".

El Balance Social es un informe que emite una organización, con la finalidad de brindar información metódica y sistemática referida a la responsabilidad social asumida y ejercida por ella. Constituye una herramienta de gestión empresarial para informar, planificar, evaluar y controlar el ejercicio de dicha responsabilidad. Su conocimiento es de utilidad para directivos, trabajadores, sindicatos, Estado, universidades y público en general. En él se encuentran temas concretos que permiten reflexionar y elaborar propuestas para ayudar a concebir y perfeccionar cualquier organización.

Objetivos de un Balance Social

Según Machado y otros (2002) el Balance Social constituye una metodología construida con el propósito de:

1- Conocer de manera organizada las acciones de responsabilidad social de la empresa.

2- Medir cuantitativa y cualitativamente su actuación.

3- Evaluar permanente y puntualmente su acción.

4- Identificar los programas de mayor utilidad para la comunidad y la sociedad que beneficien el desarrollo de una acción social más efectiva.

5- Corregir su desempeño y planear nuevas metas de responsabilidad social.

6- Informar a diversas audiencias sobre el desempeño social de la empresa.

En forma general, se puede decir que el propósito fundamental del Balance Social es diagnosticar la gestión empresarial en un tiempo determinado. Es una herramienta para planificar, definir políticas, establecer programas y racionalizar la efectividad de las inversiones sociales, para así crear instrumentos efectivos que permitan medir y controlar las consecuencias y beneficios que se desprenden de sus acciones y por consiguiente facilitar la toma de decisiones de los directivos en el área de Acción Social.

Enfoques en la medición de la Responsabilidad Social

Según Machado y otros (2002) Hay diversos métodos a partir de los cuales es posible abordar el diseño y aplicación del Balance Social. Éstos se dividen en contables y no contables.

Los primeros modelos de aproximación al Balance Social fueron los modelos contables, los cuales seguían patrones de la contabilidad clásica y tienen como objetivo reflejar en términos monetarios las diferentes operaciones que realiza la empresa. Entre ellos se distingue, por un lado, las cuentas de valor añadido y la contabilidad de excedentes o cuentas de *surplus*, destinados a informar sobre el excedente generado por la empresa y distribuido por ésta; y, por el otro, aquellos que buscan establecer una cuenta de resultados económicos y sociales denominada balance socio-económico.

Las dos primeras tienen sus ventajas e inconvenientes, pero entre éstos interesa señalar aquél que tiene que ver con el hecho de dejar al margen importantes aspectos cualitativos, no monetarizables, que aunque no se recogen en la contabilidad financiera, sí constituyen beneficios y costes sociales. De allí la importancia del balance socio-económico, el cual aspira integrar en un balance y una cuenta de resultados únicos tanto los efectos sociales como los económicos.

Además, este balance le permite a la empresa ampliar el colectivo para el cual la información es significativa. Con este método, al medir tanto los costos como los beneficios que son ignorados por la contabilidad tradicional, ello supone considerar las acciones sociales como verdaderas inversiones y no simplemente como costos.

Sin embargo, a pesar de estas buenas intenciones, el modelo presenta una falla importante, que se debe a que no todos los beneficios y costos sociales se pueden

medir en términos monetarios. Es por ello que por lo general estos modelos han sido dejados de lado en los acercamientos actuales al balance social ya que existen acciones sociales de difícil o imposible cuantificación tanto en términos monetarios como no monetarios.

De lo anterior se deriva la importancia de los modelos no contables, que se desarrollan al margen de la lógica contable, y que al liberarse de estas exigencias logran técnicas de gran flexibilidad, pueden incluir más variables que las que el modelo contable normalmente permite, y por consiguiente lograr mayor diversidad de acercamientos que posibilitan desde simples descripciones de las acciones sociales de la empresa hasta una visión más compleja de dicha actuación.

Un primer nivel, conducente a la elaboración de un balance social, es el informe social o los informes sociales que consisten en memorias que admiten la inclusión de cuadros, gráficos y números, pero también descripciones cualitativas, que dan cuenta de lo efectuado por la empresa en materia social. Pero el informe social puede resultar una técnica excesivamente narrativa y descriptiva si no se avanza a partir de éste hacia la elaboración de indicadores sociales que constituyen un segundo nivel de acercamiento a la elaboración del balance social.

Los indicadores sociales pueden ser cuantitativos o cualitativos y permiten comparaciones en el tiempo entre empresas. Ellos constituyen el razonamiento del balance social, permitiendo cuantificar de manera indirecta el fenómeno que se quiere estudiar por medio de una operacionalización del mismo a través de características que pueden ser medidas con mayor facilidad. A partir de la elaboración de indicadores se llega al cuadro resumen que condensa a través de los indicadores más significativos el balance social de la empresa.

Otro aspecto a considerar en los diferentes enfoques de balance social es el relativo a los destinatarios del balance social que pueden ser los gestores de la empresa (sectores directivos) a quienes se les suministra, a través de la presentación del balance, información significativa para la toma de decisiones, y el resto de los agentes sociales a quienes se suministra información. En el primer caso se estaría hablando de balances sociales internos y en el segundo de balances sociales externos que contemplan las relaciones que mantiene la empresa "puertas a fuera" y que expresan diversas actividades de responsabilidad social empresarial en relación a medio ambiente, calidad de los productos, relaciones con la comunidad en la que se inserta la empresa, entre otros.

Si bien la selección de estos dos tipos de balance depende de la presiones que sufren la empresas y la necesidad en la que se han visto de rendir cuentas a esos diversos públicos, existe una tercera posibilidad denominada balance social mixto, en lo que como su nombre lo indica, se informa tanto a un público situado de "puertas a dentro" como aquel situado de "puertas a fuera".

Muchos balances surgen como una necesidad de relaciones públicas y de mejora de la imagen de la empresa, esta inclinación puede traer graves problemas de manipulación de la información para presentar tan sólo lo positivo y esconder lo negativo y no cumple con uno de los objetivos del balance social que es el de servir de instrumento crítico de la gestión empresarial y de información que facilita la evaluación de la empresa en términos cualitativos y cuantitativos de su responsabilidad social, sirviendo también como instrumento de control de gestión social.

Al mismo tiempo, en la medida en que se usa para informar al resto de los colectivos y no sólo al interno, sirve también como instrumento de participación y

negociación con todos esos colectivos con relación a las áreas de responsabilidad social que debe cubrir la empresa y su plan para adelantarlo.

Por último, si bien hay aquellos balances que son impuestos por ley como ocurre en países tales como Francia y Portugal, éstos se diferencian de aquellos que son definidos voluntariamente por las propias empresas aunque sean movidas por presiones, en que limitan la atención empresarial a aquellas áreas sociales definidas por la legislación y dificultan así que las empresas atiendan nuevas áreas de preocupación social o que se ocupen de aquellas áreas críticas en sus entornos específicos.

El Balance Social es un instrumento de medición de la responsabilidad social en la empresa y constituye una metodología que tiene fundamentos filosóficos, estratégicos y gerenciales, esencialmente informa acerca de aspectos básicos que deben ser reportados en un Balance Social.

Es de mencionar que las empresas lo que buscan es comunicar su éxito y los retos de sus estrategias socio ambientales así como la relación de sus operaciones y uno de los instrumentos que proporciona una mayor transparencia a las actividades empresariales y mejorar la relación de la organización con la sociedad es el balance social, pero éste por sí solo no informa sobre la realidad de la empresa, es a través de parámetros o índices de comportamiento cuantificables expresados en términos monetarios, lo que explica las acciones de la empresa en relación con el ámbito social.

Ventajas del Balance Social

Según el Manual de Balance Social (2001) dentro de los beneficios que se desprenden de la aplicación del balance social se encuentran los siguientes:

1.- Brinda información detallada a los directores para la toma de decisiones

2.- Permite racionalizar los recursos sociales con que cuenta la empresa evaluando la efectividad de los mismos.

3.- Brinda un mayor conocimiento de las características socio-laborales y de la contribución de la empresa al desarrollo integral de la persona.

4.- Se constituye en un aporte valioso para las negociaciones colectivas.

5.- Muestra la contribución de la empresa al desarrollo social y económico del país.

Cabe destacar que es importante que dentro de las organizaciones exista un balance social donde los socios puedan analizar las partidas y así obtener informaciones detalladas para analizar qué impacto ha tenido con la sociedad.

Beneficios del Balance Social en Razón de la Importancia de la Responsabilidad Social

Según Machado y otros (2002) el desempeño de la responsabilidad social de la empresa no debe ser visto como un gasto social que ha de pesar en la rentabilidad de la empresa. Hay estudios que evidencian que las empresas reconocidas por su desempeño social son más competitivas que las indiferentes al tema de la responsabilidad social, mejoran su rendimiento y sus productos son más aceptados en el mercado por la simpatía que despierta. La práctica de la responsabilidad social está asociada a una variedad de aspectos que contribuyen a un mayor beneficio para la empresa, tales como:

1.- El mejoramiento de la ejecución financiera: aquellas Compañías que tienen compromiso público con códigos de ética han logrado superar dos y tres veces a aquellas que no lo tienen.

2.- La reducción de costos de operación: algunas iniciativas, en particular las ambientales, pueden reducir costos porque recortan el desperdicio y la ineficiencia y mejoran la productividad. Por ejemplo, muchas iniciativas conducentes a la reducción de emisiones de gases que contribuyen a cambios climáticos también incrementan la eficiencia energética, reduciendo los costos de utilidad, también las iniciativas de reciclaje recortan los costos de disposición de desperdicios y generan ingresos por la venta de material reciclado.

3.- El mejoramiento de la imagen y la reputación: las compañías consideradas socialmente responsables gozan de buena reputación entre el público y su comunidad, ésta práctica las hace atractivas e incrementan su habilidad para atraer capital y socios.

4.- El incremento de las ventas y de la lealtad de los clientes: son numerosos los estudios que muestran que ya los clientes no se conforman con valorar criterios como el precio, la calidad, la apariencia y la conveniencia, sino que también se fijan en otros valores, tales como el impacto ambiental, el respeto por los consumidores y las comunidades, hasta el punto de que muchos clientes aseguran que evaden la adquisición de productos de compañías que perciben como no socialmente responsables.

5.- El incremento de la productividad y la calidad: las compañías cuyos esfuerzos resultan en mejores condiciones de trabajo, menor impacto ambiental y mayor involucramiento de sus empleados en la toma de decisiones, muestran un incremento de su productividad y una reducción de sus tasas de error.

6.- La habilidad para atraer y retener empleados: las compañías percibidas como socialmente responsables encuentran más facilidad para reclutar empleados y sus niveles de retención son mayores, lo genera una disminución de la rotación y de sus costos de entrenamiento.

7.- La reducción de la vigilancia regulatoria: las compañías que demuestran que están comprometidas en prácticas que no sólo satisfacen sino que van más allá de los requerimientos para cumplir las regulaciones, reciben un margen de libertad mayor por parte de los gobiernos nacionales y locales. En los EEUU, las agencias federales y estatales ambientales y regulatorias tienen programas formales que reconocen y premian a las compañías que toman medidas proactivas para reducir impactos ambientales, de salud y de seguridad y obtienen muchas ventajas cuando aplican para permisos, variaciones de zonificación, etc.

8.- El acceso a capitales: el creciente y rápido acceso al capital por parte de compañías socialmente responsables, que de no ser así no lo hubiesen logrado.

9.- El cambio de expectativas de los accionistas frente al negocio: de acuerdo con muchos estudios, tanto el público como los accionistas han llegado a esperar más del negocio y están mirando hacia el sector privado para que ayude en un sinfín de problemas sociales y económicos complejos que generan presiones.

10.- El incremento del interés del cliente y las cadenas de responsabilidad social de los suplidores: el creciente interés en la empresa socialmente responsable viene tanto del cliente de compañía a compañía como del consumidor, aunque no está claro si esos sentimientos se han traducido en cambios en los patrones de compra. En todo caso hay un creciente número de organizaciones que ayudan a los consumidores en sus decisiones de compras, a través del reconocimiento público de aquellas compañías que siguen criterios de responsabilidad social. Muchas empresas se han

percatado de que no sólo son responsables de su propia conducta, pues han constatado que el interés en la responsabilidad social ha tenido un efecto en cascada a todo lo largo de la cadena de clientes y de suplidores, estimulándolos a adoptar prácticas de responsabilidad social en sus negocios.

11.- La creciente presión del inversor: el crecimiento de la inversión en responsabilidad social ha aumentado en años recientes con la creciente presión de los grupos de inversores en materia social, impulsando a las compañías a introducir cambios en sus políticas y mejorar sus estrategias referentes a la responsabilidad social incluyendo lo ambiental, el involucramiento con la comunidad, los derechos humanos, la toma de decisiones éticas, entre otros.

12.- Las demandas por un incremento de información: los clientes, inversionistas, activistas ambientales, socios comerciales y demás, cada vez piden más información detallada sobre su ejercicio social. En consecuencia, las compañías líderes responden con una variedad de reportes e informes sociales que describen su comportamiento social en uno o en varios frentes e incluso la hacen accesible públicamente a través de websites.

Es importante mencionar que la responsabilidad social en las empresas se convierte en una herramienta estratégica de negocio donde las organizaciones son reconocidas por su desempeño social y a la vez esas inversiones son rentables para la empresa.

Responsabilidad Social

El Manual de Responsabilidad Social Empresarial para las PYMES (2006, p. 6) considera la Responsabilidad Social Empresarial como “la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso y confianza con sus empleados y

familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida".

La responsabilidad social no tiene que ver solamente como una forma de realizar trabajos sociales en la comunidad, sino se trata más bien de una estrategia de la empresa, que junto a su gestión de negocios y reflejando sus valores, debe ser tratada como un caso de negocios más.

Las empresas que practican responsabilidad social además obtienen otros beneficios como ser más atractivas para los clientes, para sus empleados y para los inversionistas; razón por la cual son más competitivas y pueden obtener mayores ganancias.

La responsabilidad social empresarial, para ser exitosa, debe involucrar además distintos grupos de interés como los trabajadores, los clientes, el Estado, medio, etc. trabajando coordinadamente para crear valor, puedan lograr mejores resultados para la comunidad y para la misma empresa. De acuerdo con Martínez (2005, p. 31):

> La Responsabilidad Social de la empresa es el compromiso que esta tiene de contribuir, con el desarrollo, con el bienestar, y el mejoramiento de la calidad de vida de los empleados, sus familias y la comunidad en general. Es la capacidad de valorar las consecuencias que tienen en la sociedad las acciones y decisiones que tomamos para lograr los objetivos y metas propias de nuestras organizaciones

La responsabilidad social es la respuesta comercial ante la necesidad de un desarrollo sostenible que proteja el medio ambiente y a las comunidades sin descuidar los temas económicos.

Actualmente la dimensión social es la que inclina la balanza al momento de emitir juicio sobre la calidad de una determinada actividad empresarial, es por ese motivo que el tema de la Responsabilidad Social Empresarial es un 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.

Responsabilidad Social de las Empresas: Dimensión Externa

Según el libro verde (2001) considera que lejos de ajustarse al ámbito de las empresas, la responsabilidad social se extiende hasta las comunidades locales e incluye, además de los trabajadores y accionistas, un amplio abanico de interlocutores: socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y ONG defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente.

En un mundo caracterizado por las inversiones multinacionales y las cadenas de producción planetarias, la responsabilidad social de las empresas debe sobrepasar también las fronteras de Europa. El rápido avance de la mundialización ha estimulado el debate sobre el papel y desarrollo de una gobernanza mundial; la definición de prácticas voluntarias en el ámbito de la responsabilidad social de las empresas puede considerarse una contribución al respecto.

Comunidades Locales

La responsabilidad social de las empresas abarca también la integración de las empresas en su entorno local, ya sea a nivel europeo o mundial. Las empresas contribuyen al desarrollo de las comunidades en que se insertan, sobre todo de las comunidades locales, proporcionando puestos de trabajo, salarios y prestaciones, e ingresos fiscales. Por otro lado, las empresas dependen de la salud, la estabilidad y la

prosperidad de las comunidades donde operan. Por ejemplo, la mayor parte de sus contrataciones tienen lugar en el mercado de trabajo local, por lo que están directamente interesadas en que en su lugar de ubicación haya personas con las competencias que necesitan. Además, las PYME encuentran a menudo la mayoría de sus clientes en la zona circundante. La reputación de una empresa en su lugar de ubicación y su imagen como empresario y productor y también como agente de la vida local influye sin duda en su competitividad.

Asimismo, las empresas interactúan con el entorno físico local. Algunas dependen de un entorno limpio aire puro, aguas no contaminadas o carreteras descongestionadas para su producción u oferta de servicios. Puede existir también una relación entre el entorno físico local y la capacidad de las empresas para atraer trabajadores a la región donde están radicadas. Por otro lado, las empresas pueden ser responsables de diversas actividades contaminantes: polución acústica, lumínica y de las aguas; contaminación del aire, del suelo y problemas ecológicos relacionados con el transporte y la eliminación de residuos. Por ello, las empresas con mayor conciencia de las cuestiones ecológicas realizan a menudo una doble contribución a la educación medio ambiental de la comunidad.

Muchas empresas se comprometen con la sociedad local a través de, por ejemplo, el ofrecimiento de plazas adicionales de formación profesional, la colaboración con organizaciones de defensa del medio ambiente, la contratación de personas socialmente excluidas, el ofrecimiento de servicios de guardería a sus trabajadores, el establecimiento de asociaciones con comunidades, el patrocinio de actividades deportivas o culturales a nivel local o la realización de donaciones para obras de beneficencia.

El establecimiento de relaciones positivas con la comunidad local y la consiguiente acumulación de capital social son especialmente importantes para las

empresas no locales. Las sociedades multinacionales utilizan cada vez más estas relaciones para cimentar la integración de sus filiales en los distintos mercados en que están presentes. El conocimiento de los agentes locales, las tradiciones y los recursos del entorno local es un activo que las empresas pueden capitalizar.

Enfoque Global de la Responsabilidad Social de las Empresas

Según el libro verde (2001) expresa que aunque hay cada vez más empresas que reconocen su responsabilidad social, muchas de ellas aún no han adoptado las prácticas de gestión pertinentes. Cuando las empresas tienen que integrar la responsabilidad social en la gestión cotidiana de toda su cadena de producción, sus trabajadores y directivos necesitan medidas de formación y reciclaje para adquirirlas cualificaciones y competencias necesarias. Las empresas pioneras pueden ayudar a generalizar las prácticas socialmente responsables difundiendo las mejores prácticas

Aunque la responsabilidad social sólo puede ser asumida por las propias empresas, las demás partes interesadas, en particular los trabajadores, los consumidores y los inversores pueden desempeñar un papel fundamental en su propio interés o en nombre de otros interesados en ámbitos tales como los de las condiciones laborales, el medio ambiente o los derechos humanos, instando a las empresas a adoptar prácticas socialmente responsables. Esto requiere una verdadera transparencia sobre el comportamiento social y ecológico de las empresas.

Gestión Integrada de la Responsabilidad Social

La forma en que las empresas abordan sus responsabilidades y sus relaciones con sus interlocutores varía en función de diferencias sectoriales y culturales. En un primer momento, las empresas tienden a adoptar una declaración de principios, un código de conducta o un manifiesto donde señalan sus objetivos y valores

fundamentales, así como sus responsabilidades hacia sus interlocutores. A continuación, estos valores han de traducirse en medidas en toda la empresa, de las estrategias a las decisiones cotidianas. Esto les obliga a añadir una dimensión social o ecológica a sus planes y presupuestos, evaluar los resultados en estos ámbitos, crear «comités consultivos locales», realizar auditorías sociales o medioambientales y establecer programas de formación continua

A medida que la responsabilidad social va formando parte de la planificación estratégica de las empresas y de sus operaciones cotidianas, los directivos y los trabajadores deben adoptar sus decisiones empresariales basándose en criterios que se añaden a los que aprendían tradicionalmente a tener en cuenta. Los modelos tradicionales de comportamiento empresarial, gestión estratégica o, incluso, ética empresarial, no siempre proporcionan una formación suficiente para administrar las empresas en este nuevo entorno.

Para responder a la necesidad de incluir la responsabilidad social en la formación de los directivos y trabajadores actuales y de prever las cualificaciones que necesitarán los directivos y los trabajadores en el futuro, es normal ofrecer en las carreras de empresariales cursos y módulos de ética empresarial, aunque sólo suelen abarcar una parte de lo que se entiende por responsabilidad social de las empresas.

Razones que Justifican la Responsabilidad Social Empresarial

Según Víctor Guédez. (2008) Expresa que las empresas deben hacer bien las cosas para poder hacer el bien, y deben hacer el bien para ampliar los atributos que le permitan hacer bien las cosas. También comenta que las empresas nacen y prosperan por la sociedad, la vida y el desarrollo de la persona y de las organizaciones requieren de la sociedad, es por eso, que toda riqueza es social, además de que las empresas deben favorecer el enriquecimiento de la sociedad.

Se pueden considerar tres las razones que explican la aparición de la responsabilidad social empresarial en el mundo contemporáneo;

1.- En primer lugar, se piensa que todo eso se debe al deterioro progresivo de la sociedad, ya que de manera contradictoria se observa crecimiento en la economía, mejoras en los índices de productividad, niveles razonables de inflación, reducción de barreras arancelarias, expansión del comercio internacional, elevación en los índices de investigación y desarrollo, pero paralelamente se aprecia un desmejoramiento de la calidad de vida así como un incremento en los grados de preocupación derivados de la desigualdad, la inseguridad, la agresividad, la contaminación y la exclusión.

2.- En Segundo Lugar, se encuentra la creciente importancia e influencia que ha adquirido la empresa, indudablemente uno de los legados más importante del siglo XX fue la de una sociedad de organizaciones estructuradas en tres ámbitos: las organizaciones estadales, las privadas sin fines de lucro, y las privadas con fines de lucro, estas últimas conocidas con las denominaciones de empresas, compañías o corporaciones. La influencia reciente de la empresa se explica porque no se puede distribuir sin producir y la producción le corresponde precisamente al mundo empresarial y así mismo, para que estas puedan producir mejor, se requiere un trabajo más eficiente, la empresa como se aprecia, tiene un lugar esencial en esta cadena horizontal y vertical que reclama, que para producir más, deben asegurarse relaciones (hacia arriba) con los principios y valores propios de una ética gerencial, y hacia abajo con las realidades sociales que le demandan un desempeño más responsable.

3.- La tercera razón que afianza la importancia de la responsabilidad social es la aspiración a superar las contradicciones y extremismos que puedan surgir entre persona y sociedad, autoestima y solidaridad, gobernabilidad y capital social, la idea es crear condiciones para corresponsabilidad, donde la empresa junto al estado y a las

organizaciones no gubernamentales, aporten su cuota de responsabilidad en función de la convicción de que somos responsables de lo que hacemos, pero también de lo que hacen las otras entidades con las cuales se comparten propósitos comunes.

Bases Legales y Normativas

Las bases legales establecen regulaciones de carácter normativo, que son esenciales y están vinculadas al tema estudiado. Están conformadas por el grupo de documentos de naturaleza legal que sirvieron de referencia y de fundamentación a la investigación, entre estos documentos están:

La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999), en su Artículo 127 establece que el Estado debe proteger el ambiente, la diversidad biológica, genética, los procesos ecológicos, los parques nacionales y demás áreas de especial importancia ecológica. Asimismo, desarrollará una política de ordenación del territorio atendiendo a las realidades ecológicas, geográficas, poblacionales, sociales, culturales, económicas, políticas de acuerdo con las premisas del desarrollo sustentable, que incluya la información, consulta y participación ciudadana.

Por su parte, el Artículo 128 señala que el Estado desarrollará una política de ordenación del territorio atendiendo a las realidades ecológicas, geográficas, poblacionales, sociales, culturales, económicas, políticas, de acuerdo con las premisas del desarrollo sustentable, que incluya la información, consulta y participación ciudadana.

Y finalmente, el Artículo 129 indica que todas las actividades susceptibles de generar daños a los ecosistemas deben ser previamente acompañadas de estudios de impacto ambiental y sociocultural; teniendo el Estado el deber de impedir la entrada

al país de desechos tóxicos y peligrosos, así como la fabricación y uso de armas nucleares, químicas y biológicas.

A su vez, La Ley Orgánica del Ambiente (2006) tiene por objeto establecer las disposiciones y los principios que rigen la gestión del ambiente, en el contexto del desarrollo sustentable como derecho y deber fundamental del estado y de la sociedad.

Definición de Términos

Acción: Se comprende por acción aquella conducta humana que su propio agente o agentes entienden como subjetivamente significativa, y en la medida en que lo es. Tal conducta puede ser interna o externa y puede consistir en que el agente haga algo, se abstenga de hacerlo o permita que se lo hagan.

Acciones Comunitarias: El hecho de que la comunidad participe de manera activa siendo parte integral de la solución es conocido como acción comunitaria, que es un esfuerzo organizado, sistemático, voluntario y decidido de la población, con el cuál se persigue que la comunidad se involucre en los procesos, se apropie de nuevas tecnologías que sean adecuadas a su medio, y se concientice de su importancia, para poder garantizar la sostenibilidad de los mismos.

Acción Social: Por acción social se entiende aquella conducta en la que el significado que a ella atribuye el agente o agentes entraña una relación con respecto a la conducta de otra u otras personas y en las que tal relación determina el modo en que procede dicha relación.

Balance: Posición financiera de una empresa, institución o persona en una fecha determinada, en la cual se muestra su situación patrimonial como resultado de restar el valor monetario de los activos menos el de los pasivos.

Balance Social: Consiste en reunir, sistematizar y evaluar la información que corresponde a las dimensiones sociales que hacen a la naturaleza y a los intereses de la actividad empresarial, volcada en un documento de alcance público, donde se puedan cuantificar los datos.

Capital social: Es un stock de conexiones activas entre la gente, confianza, entendimiento mutuo, valores compartidos y comportamientos que ligan a los miembros de una comunidad, haciendo posible la acción cooperativa. Es la aptitud de la sociedad para concretar alianzas o llegar a acuerdos e instrumentarlos, esto es, asociarse en redes comunitarias transversales, no jerárquicas, pluralistas, en constante persecución del bien común, amalgamando incluso distintos niveles sociales en la misma institución o emprendimiento.

Comunidad: La unión dos o más sujetos que tienen un derecho de idéntica naturaleza jurídica sobre la totalidad de un mismo objeto. La comunidad la integran individuos unidos por vínculos naturales o espontáneos y por objetivos que trascienden a los particulares.

Empresa: Grupo social en el que a través de la administración de sus recursos, del capital y del trabajo, se producen bienes y/o servicios tendientes a la satisfacción de las necesidades de una comunidad. Conjunto de actividades humanas organizadas con el fin de producir bienes o servicios.

Grupos de Interés (Stakeholders): Un Stakeholder es cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por una institución. En sentido amplio, el término incluye a proveedores, clientes, accionistas, empleados, comunidades, grupos políticos, gobierno, medios de comunicación, etc.

Responsabilidad: Significa tanto la obligación de justificar la propia actuación con respecto a criterios o reglas, con la consiguiente posibilidad posterior de fiscalización de la misma, y en caso de juicio negativo, el deber de soportar la correspondiente sanción.

Responsabilidad Social: Supone que la institución no sólo tiene obligaciones legales y económicas sino también ciertas responsabilidades hacia la sociedad, que se extienden más allá de esas obligaciones, engloba las expectativas económicas, legales, éticas y discrecionales que la sociedad tiene sobre las organizaciones en un momento dado.

Sociedad: Es una agrupación natural o pactada de personas, que constituyen una unidad distinta de cada uno de sus individuos, con el fin de cumplir, mediante la mutua cooperación, todos o alguno de los fines de la vida.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

Modalidad de la Investigación

La metodología es muy significativa en las investigaciones, ya que es aquí donde se presentan todos los métodos y procedimientos a seguir para que la investigación sea desarrollada de forma lógica y científica, permitiendo que las investigadoras puedan tener una visión clara del trabajo a realizar. Según Tamayo y Tamayo (2004, p. 175), se señala que "la metodología es un procedimiento general para lograr de una manera precisa el objetivo de la investigación, por lo cual nos presenta los métodos y técnicas para la realización de la investigación". Por lo que es necesario identificar y señalar la metodología a usar para el logro del propósito a investigar y poder delinear, delimitar o indicar el camino a seguir en cada una de las etapas de la investigación, y así obtener de forma clara lo que se quiere investigar.

Tipo de Estudio

La presente investigación se encuentra enmarcada dentro de la modalidad de Proyecto Factible basado en un estudio de Campo y, a su vez, descriptivo apoyado en una investigación documental, ya que consiste en Proponer un Balance Social bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., ubicada en Maracay, estado Aragua.

Según el Manual de Trabajos de grado de especialización y maestrías y tesis doctorales de la UPEL (2003, p. 16), el diseño de proyecto factible es definido como: "La investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo

viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales, puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos". Esta investigación tuvo como finalidad identificar las diferentes acciones sociales realizadas por la empresa y presentarlas en la estructura del balance social. Se consideró un proyecto factible porque consiste en proponer un Balance Social bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., ubicada en Maracay, estado Aragua.

De igual forma, el presente trabajo se basó en una investigación de campo, ya que se define como aquella investigación a través de la cual se estudian los problemas sociales en un ambiente natural, con el fin de buscar su solución, permite al investigador asegurarse de las condiciones en que se han encontrado los datos, así como también que éstos sean recogidos en el lugar de los hechos. Al respecto, Tamayo y Tamayo (2004, p. 110) expresa que la Investigación de Campo es:

> La que recoge directamente los datos de la realidad, por lo cual los denominamos primarios, su valor radica en que permite cerciorarse de las verdaderas condiciones en que se han obtenido los datos, lo cual facilita revisión o modificación en caso de surgir dudas.

De allí que se puede afirmar y sostener que la investigación estuvo basada en un estudio de campo, ya que la información y los datos se recogen directamente de la realidad, es decir, en el mismo lugar donde se producen, en este caso en la empresa Stanhome Panamericana, C. A., ubicada en Maracay, Edo. Aragua.

Así mismo, la investigación se consideró descriptiva, ya que estudia las realidades, hechos y características de un fenómeno o situación específica, demostrando las

diferencias con el fin de formar su estructura. Así, Tamayo y Tamayo (p. 46) explica que una investigación descriptiva:

> Comprende la descripción, registro, análisis, e interpretación de la naturaleza actual y la composición o proceso de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes o sobre cómo una persona, grupo o cosa se conduce o funciona en el presente.

Por lo anteriormente expuesto, se puede afirmar que esta investigación se fundamentó en un estudió de carácter descriptivo ya que se detallo la situación actual de la empresa, en relación con la responsabilidad social dirigida a la comunidad, así como también se identificaron las herramientas utilizadas por la organización para presentar contablemente las acciones comunitarias, en este caso en particular se propone el balance social bajo el enfoque de Responsabilidad Social empresarial, que permitirá a la empresa en estudio, presentar en una estructura las partidas contables relacionadas directamente con las acciones comunitarias realizadas.

Así mismo, la investigación descriptiva con apoyo documental, permite a través de la revisión de los documentos obtener basamentos teóricos, los cuales facilitan a las investigadoras, aclarar e interpretar la situación del problema, a la vez que sirve de soporte al estudio. Según el Manual de Trabajos de grado de especialización y maestrías y tesis doctorales de la UPEL (p. 16):

> Se entiende por investigación documental el estudio de problemas con el propósito de ampliar y profundizar el conocimiento de su naturaleza, con apoyo principalmente en trabajos previos, información y datos divulgados por medios impresos, audiovisuales o electrónicos.

Por consiguiente, el presente trabajo de investigación se apoyo en una investigación documental, ya que utilizó información en materia de responsabilidad social y balance social, en trabajos anteriores sirviendo de guía y apoyo para sustentar éste estudio y en fuentes de textos bibliográficos para obtener los conceptos necesarios en el desarrollo la investigación.

Método de Investigación

El método es un conjunto de pasos a seguir que conducen de forma organizada al logro de los objetivos, éste debe estar relacionado directamente con el objeto de estudio. Así mismo, Sabino (1994 p. 25) define el método como: "el procedimiento o conjunto de procedimientos que se utilizan para obtener conocimientos científicos, el modelo de trabajo o secuencia lógica que orienta la investigación científica". Por lo cual, el método es necesario, ya que guía al investigador en las diferentes etapas que se van a llevar a cabo durante el desarrollo de la investigación.

Cabe destacar, que los métodos utilizados en este estudio para la obtención de la información fueron la observación, el análisis y la síntesis.

Al respecto, Hernández y otros (1997, p. 122) expresan que: "La observación consiste en el registro sistemático, válido y confiable de comportamientos o conducta manifiesta. Puede utilizarse como instrumento de medición en muy diversas circunstancias". El método de la observación permitió la apreciación de los hechos en los cuales se encuentra el objeto de estudio.

De esta forma, el método de la observación permitió a las investigadoras conocer los diversos aspectos relacionados con las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., así como también, identificar las

herramientas actualmente utilizadas por la empresa, para presentar las partidas contables consideradas bajo el enfoque de responsabilidad social.

En cuanto al método del Análisis y la Síntesis, Méndez (2001, p. 19) afirma que:

> Al señalar las normas de procedimiento para la ejecución de un trabajo científico, identifica reglas básicas que lo guíen. Define la necesidad de dividir el objeto de investigación en el mayor número de partes, a fin de encontrar mayores alternativas en su estudio. Esto constituye el análisis. Por otro lado, aborda el objeto de investigación a partir de los hechos o fenómenos más simples y fáciles de conocer, con el fin de ascender en el conocimiento hasta lo más complejos.

Por ello, se empleo este método a fin de abordar la situación de la empresa y asimismo poder extraer la información referente a la presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa en estudio.

Población y Muestra

El hacer referencia a la población y muestra de una investigación consistió en delimitar el universo e identificar las unidades que proveerán la información necesaria para el estudio, así como determinar las características que deberán tener los informantes. Por su parte, Tamayo y Tamayo (2004, p. 176) expresa que la población es la:

> Totalidad de un fenómeno estudiado, incluye la totalidad de unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que deben cuantificarse para un determinado estudio integrando un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica, y se le

> denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación.

Por consiguiente, la población es el conjunto de elementos que posee características comunes, de los cuales se puede obtener información relevante para lograr el objetivo planteado.

A su vez, la muestra estuvo conformada por un subconjunto de la población, es decir; una parte del todo, que proporciono la información pertinente sobre el tema en estudio. Así mismo, Tamayo y Tamayo (p. 176) explica que:

> La muestra descansa en el principio de que las partes representan el todo y por tanto refleja las características que definen la población de la cual fue extraída, lo cual nos indica que es representativa. Es decir, que para hacer una generalización exacta de una población es necesaria una muestra totalmente representativa y, por lo tanto, la validez de la generalización depende de la validez y tamaño de la muestra.

Es decir, la muestra es un número reducido de elementos de la población, al cual se le evalúan características particulares con el propósito de relacionarlas con las características del total de la población.

Partiendo de la teorización anteriormente, la población de este estudio estuvo conformada por dos grupos. El Departamento de Contabilidad el cual está constituido por diez (10) personas, y el Departamento de Marketing compuesto por dieciséis (16) personas, los cuales laboran en la empresa Stanhome Panamericana, C. A., Para la muestra se considero sólo a las personas expertas en relación con las operaciones relativas a la responsabilidad social llevada a cabo en la empresa. En este caso, cinco (5) personas del Departamento de Contabilidad y cuatro (4) personas del

Departamento de Marketing. Para determinar esta muestra, se utilizó el muestreo no probabilístico, específicamente la muestra de expertos, la cual consiste en seleccionar de una población los sujetos más capacitados en el área a estudiar.

En referencia a la muestra no probabilística, Hernández y otros (2007 p. 167) opinan que: "En las muestras de este tipo, la elección de los sujetos no depende de que todos tengan la misma probabilidad de ser elegidos, sino de la decisión de un investigador o grupo de encuestadores". Es decir, la selección de los elementos depende de las causas relacionadas con el propósito de la investigación, más no de la probabilidad. De la misma forma, en relación con la muestra de expertos, Hernández y otros (p. 168) expresan que: "En ciertos estudios es necesario la opinión de sujetos expertos en un tema. Estas muestras son frecuentes en algunos estudios para generar hipótesis más precisas". Por lo anteriormente expuesto, se utilizó el muestreo de expertos para la obtención de información precisa, en cuanto a las acciones comunitarias desarrolladas bajo el enfoque de responsabilidad por la empresa Stanhome Panamericana, C. A. A continuación se presenta en el Cuadro 1 el detalle de los sujetos que integran los departamentos que conforman la población:

Cuadro 1

Población de la Investigación

DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD		**DEPARTAMENTO DE MARKETIG**	
Cargo	**Cantidad**	**Cargo**	**Cantidad**
Gerente de Contabilidad	1	Dirección de Marketing	1
Coordinador de Contabilidad	1	Comunicadores	1
Supervisor de Tesorería	1	Secretaria	1
Supervisor de Cuentas por Pagar	1	Coordinador y Planificación Comercial	1

Supervisor Control Fiscal	1	Coordinador de Promociones	1
Analista de Contabilidad	5	Coordinadora de Ofertación	1
		Coordinadora de Marca	3
		Coordinador de Diseño	1
		Analista de Facturación	1
		Analista de Mixtura y Resultados	1
		Diseñadores	4
Total	**10**	**Total**	**16**

Fuente: Stanhome Panamericana, C. A. (2009)

De igual manera, se presenta en el Cuadro 2 la muestra de la investigación, conformada por los expertos en el tema de Responsabilidad Social de la empresa Stanhome Panamericana, C. A., seleccionados por las investigadoras, por ser el personal que maneja directamente la información acerca de las acciones comunitarias que realiza la empresa.

Cuadro 2

Muestra de la Investigación

DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD		**DEPARTAMENTO DE MARKETIG**	
Cargo	**Cantidad**	**Cargo**	**Cantidad**
Gerente de Contabilidad	1	Coordinador y Planificación Comercial	1
Coordinador de Contabilidad	1	Coordinadora de Ofertación	1
Supervisor de Tesorería	1	Coordinadora de Marca	1
Analista de Contabilidad	2	Analista de Mixtura y Resultados	1
Total	**5**	**Total**	**4**

Fuente: Las Investigadoras (2009) basadas en la empresa Stanhome Panamericana, C. A. (2009)

Técnicas e Instrumentos de Recolección de la Información

Las técnicas son procedimientos que tienen como objetivo obtener un resultado determinado. En referencia a ello, Arias (1999, p. 53) establece que "las técnicas de recolección de datos son las formas o maneras de obtener una información". Para emplear una técnica se requieren habilidades intelectuales y manuales, usualmente para llevarla a cabo se necesita de la ayuda de herramientas y el adecuado conocimiento para manipularlas.

Por consiguiente, los instrumentos de recolección de la información vienen a ser las herramientas básicas que permiten una recopilación y registro de datos obtenidos a través de fuentes de información determinadas. De igual forma, Arias (p. 53) expresa que "los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar información", permitiendo a las investigadoras obtener los datos necesarios para el desarrollo del proyecto.

Cabe destacar que en la presente investigación se emplearon técnicas e instrumentos adecuados para la obtención de información referente a las acciones comunitarias llevadas a cabo por la empresa, en materia de responsabilidad social. Se utilizó la técnica de la entrevista estructurada y la técnica de la encuesta. Por otra parte, los instrumentos empleados fueron el guión de entrevista y el cuestionario respectivamente.

En este mismo orden de ideas, la entrevista consiste en una técnica para obtener datos a través de un diálogo entre dos personas: El entrevistador, que en este caso sería el investigador, y el entrevistado, que será la persona que suministre la información. De igual manera, Sabino (1994, p. 169) expresa que: "la entrevista en cierta manera es una forma verbal de cuestionario y consiste en que el individuo proporciona la información directamente, al investigador en una relación personal",

esta técnica ofrece la posibilidad de obtener información de forma directa de una persona experta en la materia de la investigación.

En relación con la entrevista estructurada cabe acotar que esta técnica permitió durante el diálogo entre el investigador y el entrevistado, conocer con mayor profundidad los diversos aspectos relacionados con las acciones comunitarias desarrolladas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., bajo el enfoque de responsabilidad. Según Arias (2004, p. 71) la entrevista estructurada es:

> La que se realiza a partir de una guía prediseñada que contiene las preguntas que serán formuladas al entrevistado. En este caso, la misma guía de entrevista puede servir como instrumento para registrar las respuestas, aunque también puede emplearse el grabador o la cámara de video.

Tomando en consideración la teoría anteriormente expuesta, en la presente investigación se utilizó esta técnica debido a que permitió a las investigadoras formular las preguntas que consideraron adecuadas para la obtención de la información requerida y así poder desarrollar la propuesta de un balance social.

Asimismo, la encuesta se realizó para obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador, utilizando un listado de preguntas los cuales se entregaron a los sujetos, a fin de que las contestaran por escrito. Este listado es denominado cuestionario. A su vez, Tamayo y Tamayo (p. 56) acota que la encuesta "es la recopilación de datos al establecer contacto con una cantidad limitada de personas, por medio de cuestionarios". Es de señalar, que esta técnica puede aplicarse a grupos amplios del universo debido a su facilidad para recopilar datos.

A su vez, las investigadoras utilizaron el guión de entrevista y el cuestionario como instrumentos de recolección de la información. Por su parte, Yuni y Urbano

(2006, p. 83) opinan que el guión de entrevista: “no es una estructura cerrada y limitante al que deban someterse el entrevistador y el entrevistado sino que es un dispositivo definido previamente que orienta el curso de la interacción”. Debido a que este instrumento permite generar una comunicación amplia y abierta las investigadoras lo aplicaron sólo a las dos personas más capacitadas en el área de responsabilidad social, específicamente en cuanto a las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A. Estas personas fueron, el gerente del Departamento de Contabilidad y el gerente del Departamento de Marketing de la empresa.

Por su parte, Hernández y otros (2007, p. 196) comentan que el cuestionario: “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir o a evaluar”. El cuestionario como instrumento de recolección de datos sirvió para recopilar la información de interés para la presente investigación, en este caso de estudio se utilizó el cuestionario de preguntas cerradas. Hernández y otros (p. 196) expresan que los cuestionarios de preguntas cerradas:

> Contienen categorías o alternativas de respuestas que han sido delimitadas. Es decir, se presentan a los sujetos las posibilidades de respuestas y aquellos deben circunscribirse a éstas.

Por lo que, el cuestionario de preguntas cerradas limita las respuestas posibles del interrogado, ya que las opciones que se exponen como alternativas de respuestas son definidas por el investigador. Para continuar con la recolección de datos se aplicó un cuestionario de preguntas cerradas a las siete personas restantes complementando el total de la muestra.

Validez y Confiabilidad del Instrumento

Validez

Todo instrumento debe tener como condición una validez, la cual es definida por Hernández y otros (2003, p.343) como aquella que: "... se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir".

Es por ello que la validez que midió las variables involucradas en la propuesta de un balance social bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C.A., ubicada en Maracay estado Aragua, fue la validez de contenido definida por Hernández y otros (2003, p.347) de la siguiente manera: "...es aquella que se refiere al grado en que un instrumento refleja un dominio específico de contenido de los que se mide".

De este modo, el instrumento relacionó teórica y lógicamente los rasgos representados de las variables de estudio, por medio de la validación de contenido realizada a través del juicio de cuatro (04) expertos o profesionales relacionados con la temática objeto de investigación (Ver anexo 4-3 y 4-4), donde cada uno de ellos pudo evaluar el contenido del instrumento clasificando cada pregunta en una valoración que correspondía a excelente (04 puntos), bueno (03 puntos), regular (02 puntos) y deficiente (01 punto). Con lo anteriormente planteado, se utilizó el Coeficiente de validez de contenido (CVC), el cual procesa sus cálculos a partir de puntajes de cada juez sobre cada uno de los ítems, de acuerdo a la siguiente escala:

a) Menor que 0.80, validez y concordancia inaceptables.

b) Igual o mayor de 0.80 y menor que 0.90, validez y concordancia satisfactorias.

c) Igual o mayor que 0.90, hasta un máximo de 1.00, validez y concordancia excelentes.

En este sentido, la fórmula aplicada fue:

$$Cvc_{tc} = \frac{\sum Cvc_i}{N} - Pe_i$$

$$Cvc_i = \frac{Mx}{Vmx}$$

En donde:

$Mx = \frac{\sum xy}{j}$: es el promedio de los puntajes asignados por cada juez a cada ítem

j: es el número de jueces.

Vmx: es el valor máximo de la escala utilizada por los jueces.

$Pe_i = \left(\frac{1}{j}\right)^j$: Es La probabilidad de concordancia aleatoria entre jueces.

Al aplicar la fórmula del Cvc_{tc} a los resultados de las tablas presentadas en los Anexos 4-3 y 4-4, se obtuvo:

Cvc_{tc} = 18,6250 / 19 – 0,0741 = 0,9803 – 0,0741 = 0,9062 (Para la Entrevista).

Cvc_{tc} = 17,75 / 18 – 0,0741 = 0,9861 – 0,0741 = 0,9120 (Para el Cuestionario).

En consecuencia, como Cvc_{tc} es mayor a 0.90, tanto para la Entrevista como para el Cuestionario se tiene que la validez y la concordancia son excelentes.

Confiabilidad

Respecto a la confiabilidad, Hernández y otros (2003, p. 348) manifiestan: “Es el grado en que la aplicación repetida de un instrumento de medición al mismo

fenómeno genera resultados similares". Por ello, el instrumento fue sometido a comprobación mediante la prueba de Alfa de Cronbach, definida por op. cit.(p.354):

> Un coeficiente desarrollado por J. L. Cronbach que requiere de una sola administración del instrumento de medición y produce valores que oscilan entre 0 y 1. Su ventaja reside en que no es necesario dividir en dos mitades a los ítems del instrumento de medición: simplemente se aplica a la medición y se calcula el coeficiente".

Así pues, como la confiabilidad constituye el grado en que las mediciones están libres de la desviación producida por los errores causales. La técnica utilizada para determinarla en el instrumento de recolección de datos, fue el alfa de Cronbach, el cual mide la confiabilidad a partir de la consistencia interna de los ítems; variando entre 0-1, es decir, ausencia total y consistencia perfecta, respectivamente. Para ello se utilizó la siguiente la formula:

$$\alpha = \frac{k}{K-1}\left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2}\right]$$

Quedando el cálculo del coeficiente resultante de la entrevista de la siguiente manera:

$\alpha = 19/19 - 1 * [1- (1,25/3)]$

$\alpha = 1,05556 * (1 – 0,4167)$

$\alpha = 0,6157$

Por su parte para el Cuestionario se obtuvo:

$\alpha = 18/18 - 1 * [1- (0,83/2)]$

$\alpha = 1,05882 * (1 – 0,415)$

$\alpha = 0,6194$

En consecuencia, una vez procesados los datos necesarios, tal y como lo señala los Anexos 4-1 y 4-2, se obtuvo un coeficiente de 0.62 para ambos instrumentos (Entrevista y Cuestionario), observándose así, en el Rango del Coeficiente de Crombach que la confiabilidad es alta, por lo tanto el instrumento resultó ser consistente en sus características internas, lo que permitió su aplicación después de realizar las correcciones propuestas por los expertos.

Técnicas de Análisis de la Información

Una vez finalizada la recopilación de la información y de haber obtenido los resultados a través de los instrumentos y técnicas aplicadas, se llevó a cabo el análisis mediante una serie de actividades destinadas a organizar y poner en orden todo en conjunto. Por su parte, en cuanto a las técnicas de análisis de datos, Tamayo y Tamayo (2004, p. 212) opina que: "los datos tienen su significado únicamente en función de la interpretaciones que les da el investigador. De nada servirá una abundante información si no se somete a un adecuado tratamiento analítico; pueden utilizarse técnicas lógicas y estadísticas".

Cabe destacar que el guión de entrevista se estudió a través del análisis cualitativo de los datos; al respecto, Hernández y otros (2003, p. 579) expresan que:

> En los estudios cualitativos, el análisis de los datos no está determinado completamente sino que es prefigurado, coreografiado o esbozado. Es decir, se comienza a efectuar bajo un plan general, pero su desarrollo va sufriendo modificaciones de acuerdo con los resultados.

El análisis cualitativo permite comprender en profundidad el contexto que abarcan los datos, así como interpretar y evaluar la experiencia de las personas entrevistadas. Sirviendo de base para la obtención de la información en cuanto a las acciones

comunitarias desarrolladas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., bajo el enfoque de responsabilidad social.

Asimismo, los datos que provienen del cuestionario, fueron analizados con la técnica de Estadística Descriptiva, la cual Arias (1999, p. 133) define como el "conjunto de técnicas y medidas que permiten caracterizar y condensar los datos obtenidos". En tal sentido, su aplicación en esta investigación es vital, ya que describe y concentra los resultados que se vayan a obtener.

También, se usó en la investigación tablas de distribución de frecuencia o cuadros estadísticos para reflejar los datos obtenidos. Al respecto, Palella y Martins (2003, p. 118) afirman que:

> Una tabla de frecuencia, es aquella que nos dice la frecuencia con que ciertos valores se presentan. Cuando existe un gran número de medidas es necesario agrupar los valores individuales en intervalos de clases iguales y especificar el número de casos comprendidos en cada intervalo dado.

En tal sentido, se puede decir que estas tablas o cuadros estadísticos, tienen como finalidad mostrar los datos de tal manera que el lector pueda encontrar fácilmente las diferencias y sirven para condensar la información obtenida.

Se utilizó para la representación en porcentajes de los datos que se hayan obtenidos, los gráficos circulares que, según Palella y Martins (p. 118), éstos permiten "ver la distribución interna de los datos que representan un hecho, en forma de porcentajes sobre un total. Se suele separar el sector correspondiente al mayor o menor valor, según lo que se desee destacar". De este modo, se puede decir que estos gráficos son círculos divididos en varias partes que identifican porcentajes diferentes de un rubro como parte de un todo.

En efecto, las técnicas de análisis de datos permitieron a las investigadoras lograr los objetivos planteados en la investigación, pudiendo identificar las diversas acciones comunitarias realizadas por la empresa bajo el enfoque de responsabilidad, así como identificar las herramientas utilizadas para la presentación contable de las mismas.

CAPÍTULO IV

ÁNALISIS Y PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

Una vez finalizada la recopilación de los datos y resultados a través de los instrumentos y técnicas empleadas mediante la aplicación de una encuesta y una entrevista estructurada al departamento de Marketing y al departamento de Contabilidad, tomando en cuenta solo al personal que maneja exclusivamente la información de Responsabilidad Social Empresarial, permitió captar los datos directos de la realidad, para de esta forma realizar su respectivo análisis y síntesis y así darle respuesta a la problemática planteada y desarrollar los objetivos propuestos de la investigación, mencionados a continuación:

- ✓ Diagnosticar la situación actual en materia de responsabilidad social empresarial en cuanto a las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.

- ✓ Identificar las herramientas utilizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A. para presentar contablemente las partidas de las acciones comunitarias.

- ✓ Analizar cómo se presentan contablemente las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.

A continuación se presenta el análisis de la información obtenida, una vez aplicada las técnicas de recolección de datos:

Análisis del Guión de Entrevista

En esta investigación, una de las técnicas utilizadas fue el guión de entrevista que fue aplicado solo al personal experto, a la Gerente de Marketing y a la Gerente de Contabilidad, lo que permitió conocer con mayor profundidad todo lo relacionado con el desenvolvimiento de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C.A., y a continuación se desarrolla el guión de entrevista con su respectivo análisis.

Ítems 1: ¿La empresa realiza acciones de Responsabilidad Social Empresarial?

Respuesta del Gerente de Marketing: Si Realiza acciones de Responsabilidad Social

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Si, la empresa realiza acciones sociales

Análisis: La respuesta de ambos entrevistados coincide en que la empresa si realiza acciones de Responsabilidad Social, por lo que se puede decir, que la empresa Stanhome Panamericana, C.A. no solo genera riquezas, produce bienes y servicios, si no que además pretende buscar la excelencia a través de las actividades de ventas directas, para alcanzar un desarrollo económico y social mas sostenible, en donde existe la necesidad de adoptar una visión más humana con las personas y grupos que se relacionan con ellos.

Ítems 2: ¿Cuáles son los ámbitos sociales de acuerdo con la Responsabilidad Social Empresarial que abarca la empresa?

Respuesta del Gerente de Marketing: Existen dos ámbitos, desde el punto de vista de la empresa más que el enfoque de responsabilidad social, es desarrollo

sustentable. Va más allá. El primer eje tiene que ver con las acciones sociales y acciones comunitarias, está enfocado a los niños en situación de riesgo y en situación de calle. La acción principal se lleva a cabo con la gente de unamos, con la colmena de la vida. Se realiza un programa cada año, específicamente en la campaña 15, dicho programa consiste en la venta de un producto en particular llamado COOL A-PED. El segundo eje tiene que ver con el planeta, que para nosotros es como la acción Macro, está dirigido a la conservación del medio ambiente, en la parte de la conservación del planeta hay acciones que tienen como misión principal preservar o prolongar la vida del planeta, hemos emprendido acciones con la planta de tratamiento, que se encuentra en nuestra organización, es una planta de tratamiento de Agua que es la más grande que se ha hecho en Venezuela.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Esa información la maneja exclusivamente el departamento de Marketing.

Análisis: De a cuerdo a la opinión de ambos entrevistados se puede observar que no existe una cultura social en la empresa Stanhome Panamericana, C.A., por lo que es importante que todo el personal este involucrado con el tema de responsabilidad social empresarial. La empresa más allá de satisfacer a la mujer venezolana, se ha preocupado por dar respuesta a las necesidades de la comunidad. Dándole importancia tanto a la conservación del entorno como al bienestar social. A través de diferentes programas que permiten la obtención de fondos para ser donados a diversas instituciones.

Ítems 3: ¿Qué los llevó a desarrollar o poner en práctica la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa?

Respuesta del Gerente de Marketing: En primer lugar por el hecho de que tenemos operando 52 años en Venezuela, es el país donde nos hemos desarrollado

principalmente. Ésta es una de las subsidiarias más importante del grupo, el llevar acabo actividades sociales es una forma de retribuirle al país, no solo estamos aquí para fabricar productos y venderlos, sino que nos sentimos comprometidos en mejorar la calidad de vida del entorno al que pertenecemos.

Respuesta del Departamento de Contabilidad: Esa información la maneja mejor el departamento de Marketing, sin embargo, puedo agregar, que aparte de ser una estrategia de mercadeo, la empresa aprovecha que se conozca el producto y es una forma de apoyar a los niños desvalidos, se cumple una doble función.

Análisis: Según la opinión de los entrevistados, se puede apreciar que ambos departamentos no comparten y no tienen claro la misión y visión de la empresa, por lo que no se ven comprometidos con las actividades sociales que realiza la compañía, ocasionando que cada área trabaje de forma individual, con respecto al tema de responsabilidad social empresarial, a pesar de que la organización asume una conciencia social, en donde reconoce que ella existe debido a que la sociedad le ofreció las condiciones necesarias para nacer y mantenerse en el tiempo, por lo cual ejecuta acciones comunitarias como una forma de retribuirle lo que ésta le ha brindado.

Ítems 4: ¿Cada cuánto tiempo la empresa realiza acciones sociales dirigidas a la comunidad?

Respuesta del Gerente de Marketing: La empresa realiza acciones macros una vez al año, sin embargo también existen otras acciones micros que se llevan a cabo durante todo el año, como por ejemplo la caminata de san Sebastián, y aportes a colegios que están en toda la zona industrial de san Vicente, los ancianos en situación de riesgo, los niños en situación de calle que no son de la colmena. Asimismo, la

empresa realiza diferentes donativos que se dan por solicitudes que llegan a través de cartas escritas.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Anualmente.

Análisis: Los entrevistados coincidieron en que las acciones comunitarias se realizan anualmente. Es favorable el hecho de que Stanhome Panamericana, C.A. como empresa desarrolle acciones sociales al menos una vez al año, ya que es una forma de apoyar y colaborar con las generaciones del futuro.

Ítems 5: ¿Cómo cree usted que la comunidad se beneficia con las acciones sociales realizadas por la empresa?

Respuesta del Gerente de Marketing: Nada más con el hecho de que no existan niños en la calle, la comunidad se esta beneficiando ya que de alguna manera se están formando futuros profesionales que a la final se puede retribuir a la misma comunidad.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Si todas las familias reciben el apoyo de la empresa, en diversos ámbitos tales como alimentación, educación, salud, etc., la comunidad se está beneficiando, ya que las personas estarían preparadas y tendrían un mejor futuro, serían individuos capacitados para enfrentar cualquier dificultad.

Análisis: La opinión de ambos entrevistados coincide en que la comunidad se beneficia con las actividades sociales que realiza Stanhome Panamericana, C.A., de manera que las personas de bajos recursos dejen de ser pobres de espíritu y de capacidad intelectual, ya que a través de las acciones sociales la comunidad se beneficia, se generan valores tanto sociales como económicos y asimismo se trata de que el beneficio no solo sea personal si no también social.

Ítems 6: ¿En qué consisten las principales contribuciones que está realizando la empresa para la comunidad?

Respuesta del Gerente de Marketing: En realizar aportes para la Colmena de la Vida y a otras instituciones de la comunidad.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: La principal contribución es en beneficio de la Asociación Unamos, ésta es la más cuantiosa. La empresa realiza pequeñas donaciones a otras instituciones, pero el orden por volumen es mucho más pequeño.

Análisis: Con respecto a las respuestas de los entrevistados, se puede decir que la empresa realiza diversas contribuciones, bien sea en dinero o en especies. La principal está destinada a la Asociación Civil Unamos específicamente al programa La Colmena de la Vida, el cual consiste en apoyar a niños de la calle. La organización realiza otras contribuciones a diferentes fundaciones y asociaciones que lo soliciten por medio de correspondencias. Cabe destacar que dichas contribuciones tienen como propósito primordial aportar soluciones a las necesidades comunitarias que están por venir.

Ítems 7: ¿Cuáles son las actividades que realiza la empresa para recaudar los fondos necesarios para llevar a cabo las acciones sociales dirigidas a la comunidad?

Respuesta del Gerente de Marketing: Hay dos maneras, a través de donaciones en efectivo que es el programa que se lleva a cabo con la asociación civil Unamos, a través de uno de sus programas denominado colmena de la vida, el cual se realiza cada año. La manera como se hace, es que nosotros trabajamos en un sistema por campañas o ciclos de ventas, cada año se elige un ciclo en particular, que es la campaña 15, publicada en el mes de noviembre. La empresa elige esta campaña ya

que para esa fecha hay mayor cantidad de dinero circulando en calle, el propósito es potenciar al máximo la venta del producto Cool A-pet y así recaudar la mayor cantidad de dinero posible. Hasta ahora la contribución ha sido de más de 1 millón de bolívares actuales, es decir 1 millardo de bolívares anteriores, en cinco años, el primer año fueron 178mil Bs, luego fueron 200mil, cada año se da un poco más, el ultimo fue de 327mil. La recolección del dinero se realiza en el mes de diciembre y en el mes de Enero se entrega el cheque a la Asociación Unamos. Ahora, en los otros programas no se hacen donaciones en efectivo si no que se les dan artículos nuestros, es decir cuatro cajas de productos para un ancianato, o donaciones cada dos meses de todo lo que es la higiene personal para los niños de un colegio en particular, computadoras para que sean rifadas, entre otras cosas.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Le corresponde a Marketing, pero se realiza a través del catálogo por medio de la venta de un producto, ellos aplican un porcentaje del total de la venta para hacer el aporte a la fundación Unamos.

Análisis: De acuerdo a las respuestas de los entrevistados, las acciones comunitarias que realiza la empresa para recoger los fondos están relacionadas directamente con las actividades vitales del negocio, como son las ventas directas a través del catálogo donde se promociona el producto Cool A-ped, el cual se coloca en el mercado en una fecha determinada, como una estrategia de publicidad donde la compañía a parte de obtener un valor adicional, logra un impacto en la imagen y marca del producto, a la vez que produce grandes beneficios a la comunidad con el dinero recaudado por las ventas realizadas. .

Ítems 8: ¿Indique con cuales herramientas cuenta la empresa para evaluar las acciones sociales realizadas?

Respuesta del Gerente de Marketing: A través del plan a tres años.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Nosotros no tenemos una herramienta como tal, la evaluación financiera que realiza el departamento de Contabilidad tiene que ver con evaluar el impacto que puede tener en tesorería la salida de dinero por concepto de donaciones, mientras que el departamento de Marketing enfoca la evaluación a la parte de mercadeo, se realiza una doble función, la venta del producto y por otra lado estas obteniendo una retribución para entregarla a la fundación. Se puede observar si la información se difundió adecuadamente y por consiguiente si se cumplieron los objetivos trazados.

Análisis: De acuerdo a la opinión de ambos departamentos, la empresa cuenta con una herramienta para la evaluación de la Responsabilidad Social Empresarial, como lo es la planificación, dicha herramienta es utilizada cada tres años, lo que quizás no permite divulgar la información en el tiempo oportuno, por lo tanto la evaluación se considerada un instrumento indispensable en los programas sociales que apunten a modificar las situaciones de desigualdad, y adversidad en que se encuentran las comunidades.

Ítems 9: ¿Cómo es el tratamiento contable de las acciones comunitarias?

Respuesta del Gerente de Marketing: Eso lo ves con finanzas, lo que te puedo decir, es que la parte que manejo yo, que es la mezcla de productos o la mixtura. Dentro de ese reporte se separan, la previsión de venta que se tienen del proyecto, 300 mil unidades de ese producto, de esas 300 mil unidades se calcula cuánto va a ir por cada unidad, es decir que la donación va a depender en definitiva del volumen de venta, el aporte a la colmena es del 30% de lo que es la venta neta, ya habiendo deducido de la venta bruta los impuestos, comisión a vendedores, entre otras cosas.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Se registran a nivel de Donaciones, antes de registrar las donaciones se revisa la ley de impuesto sobre la renta y se

verifica si se cumple con ciertos requisitos. Se revisa la proyección que tiene Stanhome, cual es la cuota o el monto estimado para donar, dichas donaciones no pueden exceder del 10% de la utilidad bruta. Hasta ahora no ha habido ningún problema en cuanto a estos límites, en caso tal que excediera habrá que hacer la notificación al departamento correspondiente y adecuarse a lo establecido en las diferentes normativas. En sí el registro se realiza en una cuenta de donaciones, se le carga a la cuenta de gastos de donaciones, contra tus cuentas por pagar donaciones, primero se registra el gasto y cuando sacas el cheque, donaciones por pagar a banco.

Análisis: En relación a la respuesta de ambos entrevistados, se puede observar que la empresa registra las acciones sociales en una cuenta de donaciones y es reflejada posteriormente con el resto de las cuentas utilizadas para registrar las operaciones normales de la empresa, también se aprecia en las opiniones de los entrevistados que las donaciones no se hacen de forma voluntaria, sino de forma premeditada.

Ítems 10: ¿En qué estado financiero presenta las acciones sociales dirigidas a la comunidad?

Respuesta del Gerente de Marketing: Eso tienen que ver con el Departamento de Contabilidad.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: En el Balance General, a nivel de los pasivos, estos aportes se hacen de manera eventual.

Análisis: En relación a la respuesta del departamento de Contabilidad, la persona entrevistada explica que las acciones sociales se presentan en el Balance General, asimismo menciona que estas erogaciones se hacen de manera eventual. A pesar de tratarse de desembolsos de dinero puntuales en el transcurso del año, sería beneficioso para la organización poder diferenciar la estructura contable utilizada

para las acciones comunitarias, de la estructura contable utilizada para presentar las operaciones normales de las empresa, esto permitiría una mejor apreciación de la situación en materia de Responsabilidad Sociales Empresarial, debido a su detalle y adaptación de acuerdo a las necesidades de la organización.

Ítems 11: ¿Qué partidas contables utiliza la empresa para el registro de la información referente a las acciones sociales?

Respuesta del Gerente de Marketing: Eso tiene que ver con Finanzas

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Se utilizan las cuentas donaciones, donaciones por Pagar y banco

Análisis: Según la información proporcionada por los entrevistados, las partidas que utiliza la empresa para registrar las acciones sociales son las cuentas de donaciones y donaciones por pagar, lo que nos indica que la empresa registra todas las actividades sociales en una misma cuenta, siendo difícil conocer detalladamente el destino exacto de las contribuciones realizadas.

Ítems 12: ¿Las acciones comunitarias bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial se presentan claramente en las herramientas utilizadas actualmente por la empresa?

Respuesta del Gerente de Marketing: La transparencia es un compromiso para nosotros, en la parte de mercadeo enfocamos los ejes a través de los folletos de ventas. El cual, es un material que llega a cada vendedora y de esta manera ellas saben en lo que están participando. En uno de los folletos comerciales se publicó de manera publicitaria las metas alcanzadas hasta el año 2005, para que el consumidor final visualizara en forma gráfica a donde va el dinero recaudado por la compra de un

producto en particular. En el año 2005 surtimos de alimento a la colmena de la vida por un período de ocho meses y en el año 2006 se apoyó para la construcción de una casa abierta nueva en Guatire.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Se presentan pero no de manera detallada. Cuando se requiere ver los aportes realizados, se analiza la cuenta de donaciones, el volumen de las contribuciones es poco, sin embargo el objetivo es que cada día estas ayudas sean mayores.

Análisis: De acuerdo a la respuesta de los entrevistados, las acciones comunitarias se presentan con claridad en las herramientas utilizadas por la empresa, sin embargo los informes tienen un enfoque comercial y se hacen de manera informal. Cabe señalar, que es importante que las acciones sociales realizadas se diferencien del resto de las operaciones provenientes de la actividad comercial de la empresa.

Ítems 13: ¿Considera usted que dicha presentación es la más apropiada para analizar los resultados de manera eficaz?

Respuesta del Gerente de Marketing: Depende, desde del punto de vista financiero, esa pregunta te la puede responder mejor finanzas, pero desde el punto de vista comercial, yo creo que la empresa es transparente en lo que es el sistema de venta directa. Uno de los principales parámetros de la empresa es presentar a los vendedores y consumidores el destino de los fondos recaudados. Desconozco como lo maneja el resto del sistema.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Depende de lo se quiere analizar, porque a través de cada cuenta se pueden realizar análisis financieros, sin embargo no se muestran detalles de la información en cuanto a las contribuciones que hacemos.

Análisis: Los entrevistados opinan que la presentación utilizada es adecuada para analizar los resultados desde el punto de vista financiero. Sin embargo este análisis se hace de manera general y está enfocado a lo cuantitativo. La información referente a la Responsabilidad Social Empresarial aplicada por la empresa es de interés no solo de los socios y gerentes de la compañía, si no también de la comunidad, empleados y otros. Por lo cual la información debe presentarse de manera sencilla, es decir, que sea apreciable por cualquier persona.

Ítems 14: ¿La empresa cuenta con algún instrumento que permita la planificación de las acciones sociales dirigidas a la comunidad en un período determinado?

Respuesta del Gerente de Marketing: A nivel de mercadeo, se utiliza el Plan a tres años, allí se programa lo que se va hacer, se plantean los objetivos, la visión, cual es el gasto que va a representar para la compañía en el caso de existir, cual es la implicación en el consumidor y en la fuerza de venta.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Esa parte le corresponde a Marketing, ellos eligen el período, que en este caso es la campaña 15, la cual se realiza en el mes de noviembre, algunas veces la venta del producto se extiende hasta el mes de enero por la gran demanda.

Análisis: Partiendo de las respuestas de los entrevistados, el instrumento de planificación utilizado es manejado por el Departamento de Marketing, dicho instrumento se centra en el área de mercadeo, en el cual se proyecta las actividades a realizar, lo que espera venderse y por consiguiente cuanto dinero espera obtenerse por la venta del producto.

Ítems 15: ¿Existe un departamento dentro de la empresa que controle las acciones sociales realizadas?

Respuesta del Gerente de Marketing: Si nosotros, Marketing

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Es la única y es Marketing

Análisis: De acuerdo con los entrevistados, el Departamento de Marketing es el encargado de controlar las acciones sociales realizadas. Es importante que dentro de una organización exista un departamento que realice un seguimiento a las actividades sociales realizadas y que al mismo tiempo asegure que los fondos recaudados sean entregados a las asociaciones correspondientes. Sin embargo también es necesario que el Departamento de Contabilidad maneje toda la información detallada de las contribuciones sociales, para así tomar acciones cuando se requiera.

Ítems 16: ¿Conoce usted qué es el Balance Social?

Respuesta del Gerente de Marketing: No, finanzas si te lo puede responder

Respuesta del Gerente de Contabilidad: No, es algo nuevo que no conozco.

Análisis: Para ambos entrevistados el Balance Social es algo novedoso que no conocen. El Balance Social es una herramienta de gestión empresarial que permite divulgar la información cuantitativa y cualitativa de las actividades sociales que realiza la organización.

Ítems 17: ¿Conoce usted los objetivos del Balance Social?

Respuesta del Gerente de Marketing: No

Respuesta del Gerente de Contabilidad: No

Análisis: Los entrevistados coincidieron en no conocer los objetivos del Balance Social. Básicamente, los objetivos del Balance Social tienen que ver con que la información de las actividades sociales realizadas por la empresa sea apreciable a simple vista, proporcionando transparencia de las acciones sociales emprendidas.

Ítems 18: ¿Cree usted que sería satisfactorio para facilitar la toma de decisiones de los directivos de la empresa, la presentación de las partidas relacionadas con las acciones sociales dirigidas a la comunidad de manera separada de las demás partidas contables?

Respuesta del Gerente de Marketing: Yo pienso que si, para ver el alcance de las acciones que se realizan.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Si es importante, porque así resaltaría a la vista, ya que un balance habla por sí solo. No solamente favorecería a los socios, sino también a otras instituciones, bien sean públicas o privadas, si es importante.

Análisis: Para ambos entrevistados es importante diferenciar la presentación contable de las partidas sociales de las partidas relacionadas con la naturaleza de las actividades de negocio. De esta manera se podría visualizar fácilmente la información detallada bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial.

Ítems 19: ¿Considera usted que sería conveniente para la empresa implementar un Balance Social?

Respuesta del Gerente de Marketing: Considero que si, pero es finanzas quien te lo debe responder.

Respuesta del Gerente de Contabilidad: Si, si es para mejorar nuestra gestión por supuesto que si, a nivel de esta sucursal se podría implementar. Sin embargo, para aplicarlo a nivel de todas las empresas del grupo, los accionistas deben revisar la propuesta y por consiguiente autorizar su implementación, ya que somos una empresa transnacional y nos regimos por lineamientos franceses, ellos presentan la información un poco diferente a como se hace en Venezuela.

Análisis: Los entrevistados consideran conveniente la implementación de un Balance Social. La transparencia informativa es importante para las organizaciones ante la creciente demanda de los grupos interesados en conocer como la empresa se comporta y lleva a cabo sus prácticas con relación a las actividades sociales.

Análisis del Cuestionario

Luego de aplicar la técnica de recolección de datos del guión de entrevista, al personal seleccionado por las investigadoras, se procedió a efectuar el cuestionario, realizado a dos departamentos como lo son: Marketing y Contabilidad conformado por siete (07) personas, distribuidas de la siguiente forma: departamento de Marketing se encuesto a tres (03) personas: la Coordinadora de ofertación, la Coordinadora de Marca y el Analista de Mixtura y Resultados; y departamento de Contabilidad siendo encuestadas cuatro (04) personas, al Coordinador de Contabilidad, Supervisor de Tesorería y dos (02) Analistas de Contabilidad. Una vez aplicado el cuestionario se obtuvieron los siguientes resultados, con sus respectivos análisis, detallados a continuación:

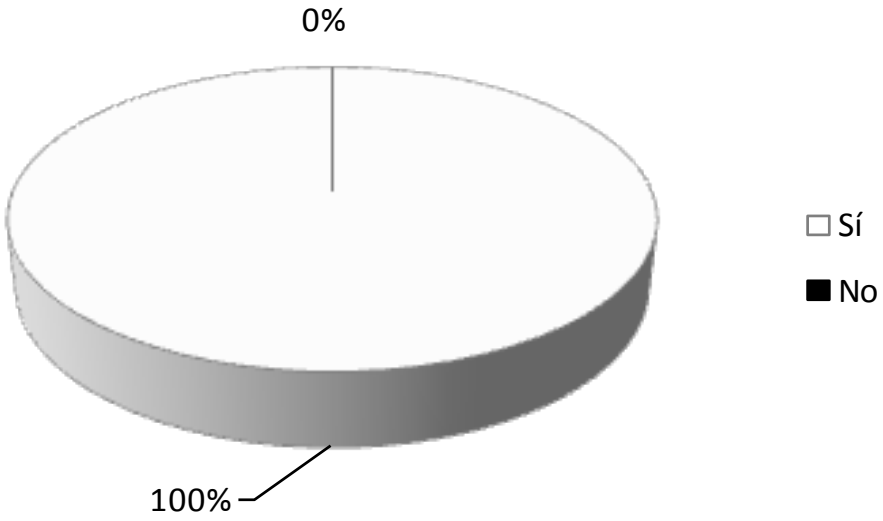
Cuadro 3

La empresa desarrolla acciones sociales dirigidas a la comunidad

Alternativas	**Frecuencia Departamento de Marketing**	**Frecuencia Departamento de Contabilidad**	**Frecuencia Total**	**Porcentajes**
Sí	03	04	07	100%
No	00	00	00	0%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 1

La empresa desarrolla acciones sociales dirigidas a la comunidad



Análisis e Interpretación

A través del gráfico 1 se puede observar que el 100% de la población representada por siete (7) personas coincide en que la empresa realiza acciones sociales dirigidas a la comunidad. Esto quiere decir que la empresa se apoya en valores sociales y fundamenta su acción en principios que desempeñan una actividad empresarial beneficiosa tanto para la empresa como para su entorno y de esta misma manera obtener un renombre por parte de la comunidad donde opera.

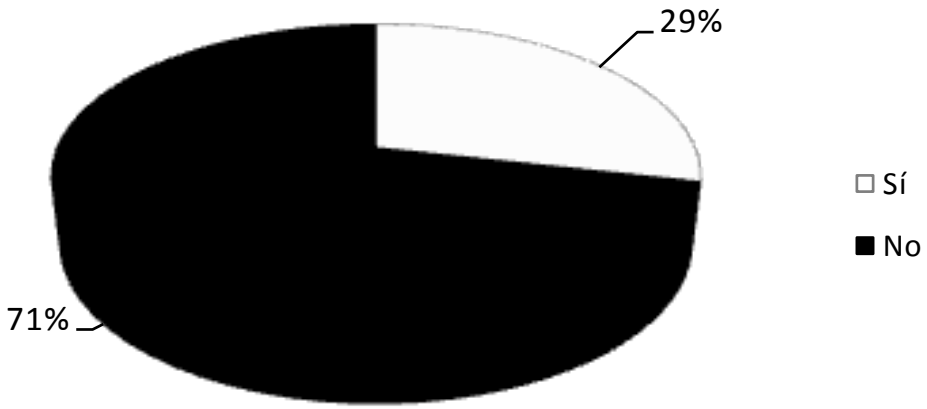
Cuadro 4

Las acciones comunitarias realizadas por la empresa se rigen por alguna reglamentación

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	02	00	02	29%
No	01	04	05	71%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 2

Las acciones comunitarias realizadas por la empresa se rigen por alguna reglamentación



Análisis e Interpretación

De acuerdo con los datos obtenidos, se puede decir que el 71% de la población en estudio concuerda en que las acciones comunitarias realizadas por la empresa no se

rigen por alguna reglamentación, mientras que el 29% opina que si. Según las respuestas obtenidas, pudimos constatar que en Stanhome Panamericana, C. A., realiza sus donaciones de forma voluntaria, cabe mencionar que las empresas efectúan esta práctica ya que obtienen beneficios tanto para la organización como para la comunidad donde se desenvuelven, cuando se trata de colaborar, las iniciativas de las empresas son creativas y cada una lo realiza de acuerdo a sus posibilidades.

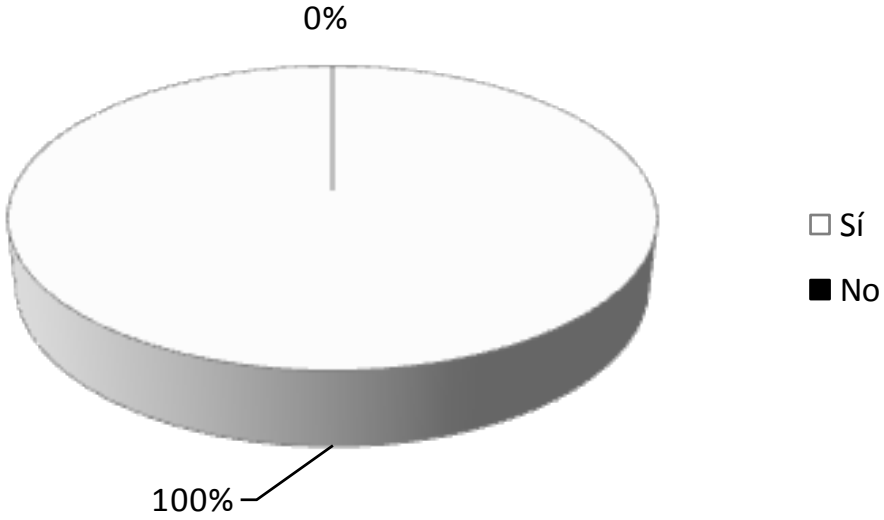
Cuadro 5

Las acciones comunitarias en materia de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa se hacen de manera voluntaria.

Alternativas	**Frecuencia Departamento de Marketing**	**Frecuencia Departamento de Contabilidad**	**Frecuencia Total**	**Porcentajes**
Sí	03	04	07	100%
No	00	00	00	00%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 3

Las acciones comunitarias en materia de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa se hacen de manera voluntaria.



Análisis e Interpretación

Se puede observar, que de acuerdo a los resultados obtenidos y señalados en el gráfico 3, el 100% de la población representada por siete (7) personas, considera que las acciones comunitarias se realizan de manera voluntaria. El personal de la empresa en estudio, Stanhome Panamericana, C. A., dedica horas, conocimientos, habilidades, sentimientos y recursos a favor de los más necesitados de forma desinteresada, fundamentada y orientada a través de planes para mejorar la calidad de vida de los integrantes de las diferentes comunidades y por consiguiente de la empresa.

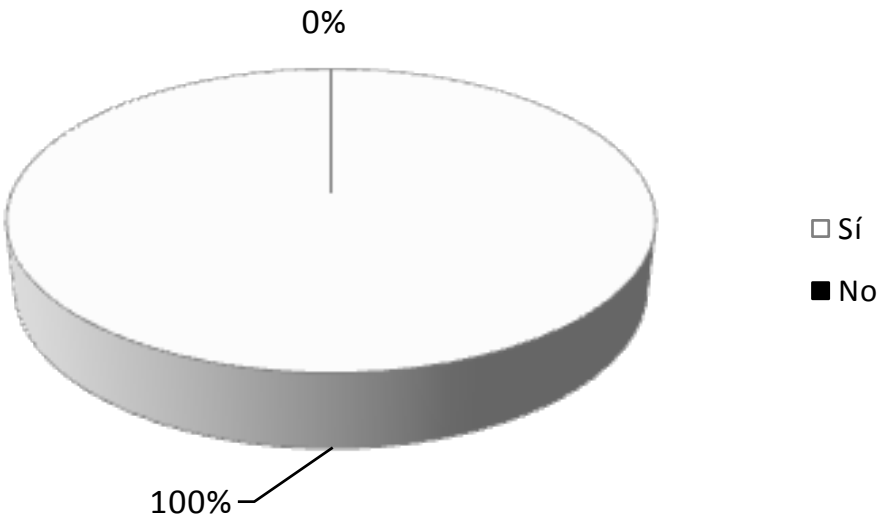
Cuadro 6

Considera usted que las acciones sociales dirigidas a la comunidad realizadas actualmente por la empresa permiten cumplir con las metas propuestas en materia de Responsabilidad Social Empresarial

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	03	04	07	100%
No	00	00	00	00%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 4

Considera usted que las acciones sociales dirigidas a la comunidad realizadas actualmente por la empresa permiten cumplir con las metas propuestas en materia de Responsabilidad Social Empresarial



Análisis e Interpretación

Los datos obtenidos en el gráfico 4 revelan que el 100% de la población representada por siete (7) personas respondió que las acciones realizadas actualmente por la empresa les permite lograr las metas propuestas de acuerdo a su planificación en materia de Responsabilidad Social Empresarial. Lo que indica que la organización ha seleccionado alternativas apropiadas para obtener los fondos necesarios y así llevar a cabo las actividades programadas para beneficio no solo de los accionistas o exclusivamente de los trabajadores, si no también para los clientes y la comunidad.

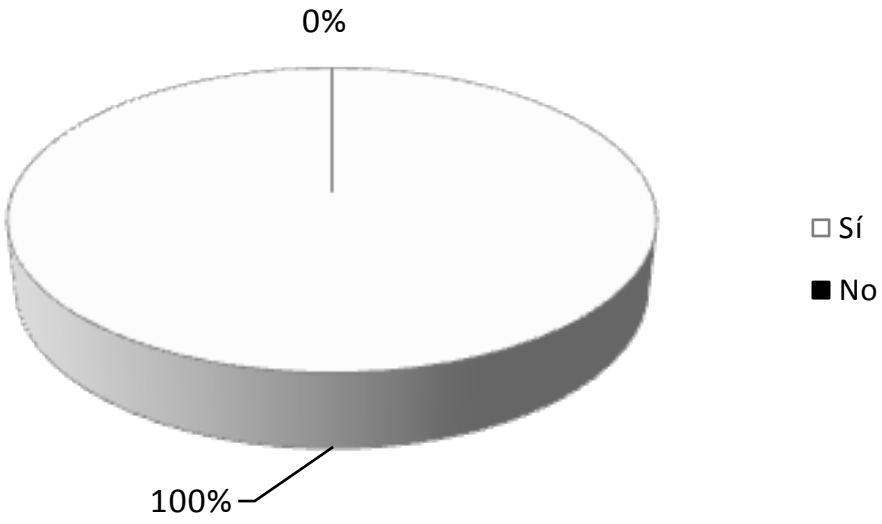
Cuadro 7

Cree usted que la empresa realmente está comprometida con la comunidad en cuanto a las acciones sociales destinadas a su beneficio

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	03	04	07	100%
No	00	00	00	00%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 5

Cree usted que la empresa realmente está comprometida con la comunidad en cuanto a las acciones sociales destinadas a su beneficio



Análisis e Interpretación

Mediante la representación gráfica se puede observar que el 100% de la población representada por siete (7) personas considera que la empresa está comprometida con la comunidad en cuanto a las acciones sociales destinadas a su beneficio. Esto confirma que no basta con establecer proyectos, si no se incluye la participación de los grupos de interés, que aseguren un intercambio activo de necesidades, expectativas y capacidades para así lograr los objetivos propuestos en cuanto a satisfacer las necesidades de la comunidad.

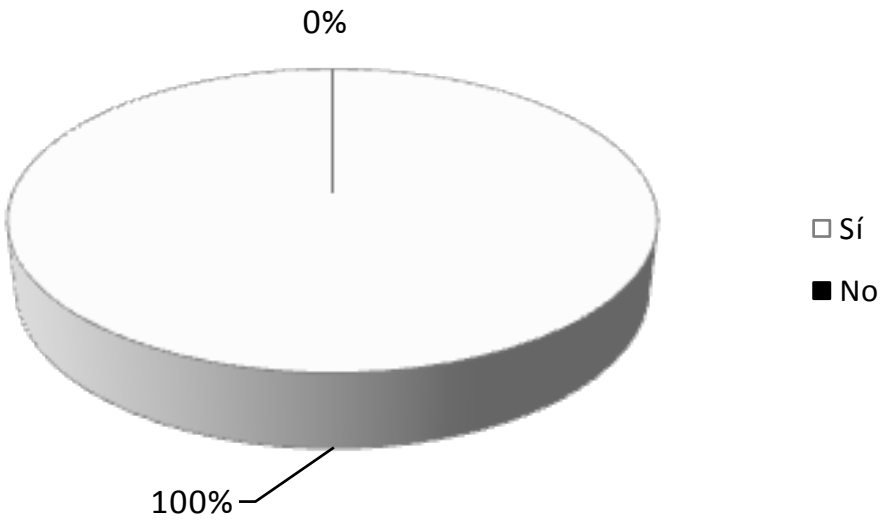
Cuadro 8

La entrega de los fondos obtenidos para las acciones sociales dirigidas a la comunidad se hace a través de un acto público

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	03	04	07	100%
No	00	00	00	00%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 6

La entrega de los fondos obtenidos para las acciones sociales dirigidas a la comunidad se hace a través de un acto público



Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, se observa que el 100% de la población representada por siete (7) personas alegan que los fondos obtenidos para las acciones comunitarias se hacen a través de un acto público. La empresa en estudio, tiene como política informar y comunicar a todas las personas interesadas lo que está realizando en cuanto a las acciones sociales, demostrando así su transparencia en todas las etapas de la actividad.

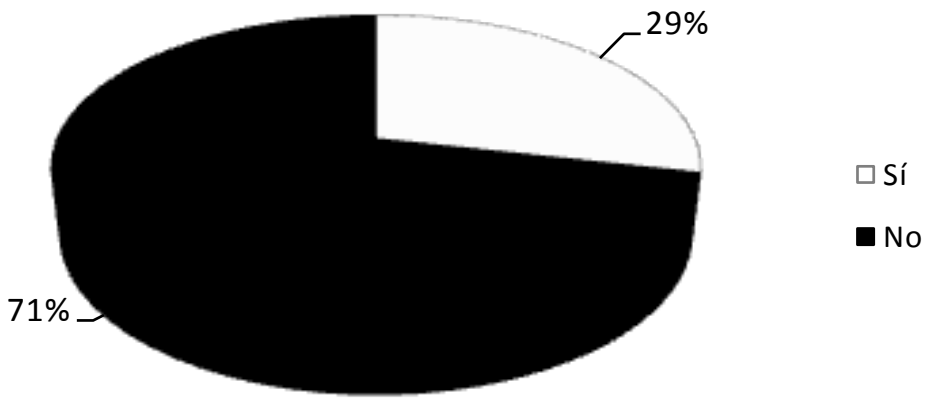
Cuadro 9

La empresa cuenta con herramientas que permitan evaluar las acciones sociales realizadas en materia de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	00	02	02	29%
No	03	02	05	71%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 7

La empresa cuenta con herramientas que permitan evaluar las acciones sociales realizadas en materia de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad



Análisis e Interpretación

En la gráfica se puede apreciar que el 29% de la población, representada por dos (2) personas opina que la empresa cuenta con herramientas que permiten evaluar las acciones comunitarias, mientras que el 71% representada por cinco (5) personas, considera que la empresa no cuenta con dichas herramientas. Es importante que la organización maneje instrumentos que le permitan planificar las actividades en materia de Responsabilidad Social Empresarial, dichos instrumentos deben ser flexibles de manera tal que se puedan realizar cambios en el momento que se requiera.

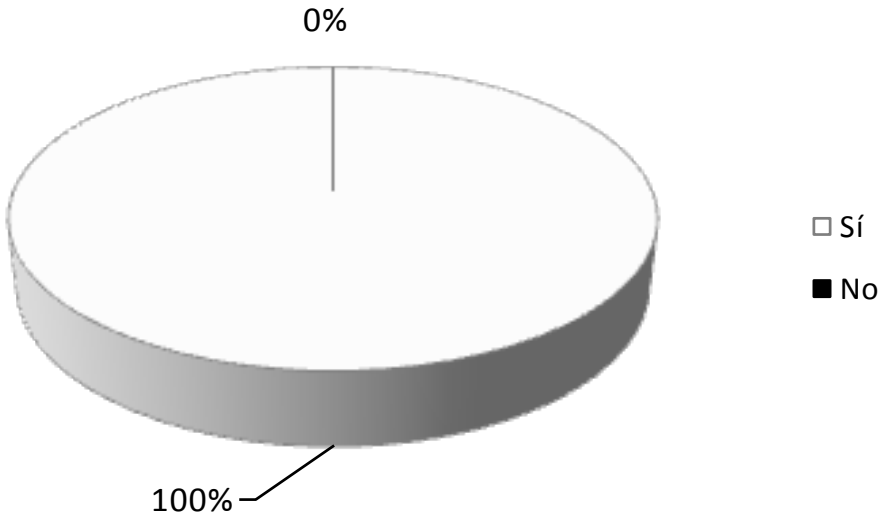
Cuadro 10

La empresa utiliza partidas contables especiales para el registro de las acciones sociales dirigidas a la comunidad

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	03	04	07	100%
No	00	00	00	00%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 8

La empresa utiliza partidas contables especiales para el registro de las acciones sociales dirigidas a la comunidad



Análisis e Interpretación

A través del gráfico se puede observar que el 100% de la población representada por siete (7) personas respondió que la empresa si utiliza partidas contables para el registro de las acciones comunitarias. Es importante que la organización pueda diferenciar las partidas contables referidas a las acciones sociales, de las partidas contables relacionadas con las actividades normales que realiza la empresa, y así obtener la información detallada de cada actividad, para realizar posteriores análisis de la gestión realizada en materia de Responsabilidad Social Empresarial.

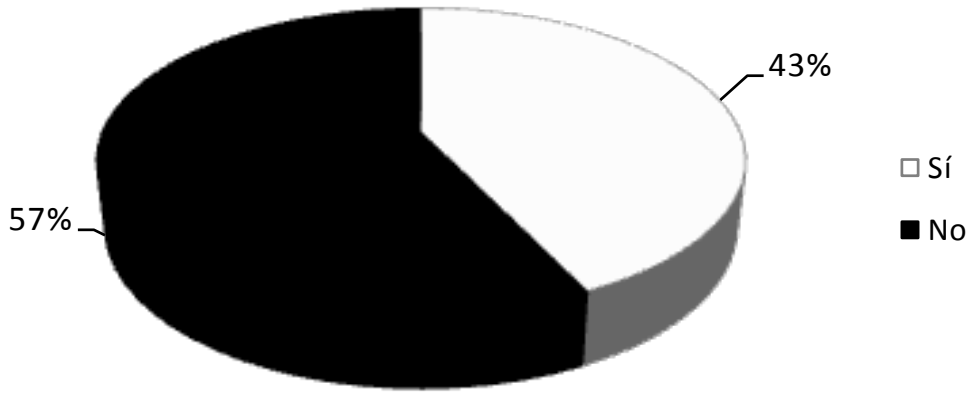
Cuadro 11

La empresa tiene una estructura contable única para la presentación de las diversas partidas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	02	01	03	43%
No	01	03	04	57%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 9

La empresa tiene una estructura contable única para la presentación de las diversas partidas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad



Análisis e Interpretación

Mediante la representación gráfica se puede observar que el 57% de la población contestó que la empresa no tiene una estructura contable única para la presentación de las partidas relacionadas con Responsabilidad Social Empresarial, mientras que el 43% opina que si cuenta con dicha estructura. Es importante, que la empresa utilice una estructura contable única para presentar las partidas relacionadas con Responsabilidad Social y de esta manera, tenga una mejor apreciación sobre las acciones comunitarias llevadas a cabo.

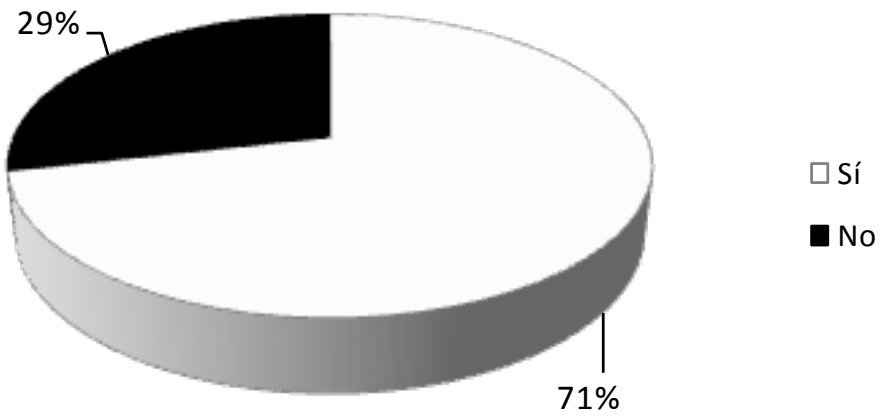
Cuadro 12

La empresa cuenta con algún plan formal dirigido a las acciones comunitarias

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	03	02	05	71%
No	00	02	02	29%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 10

La empresa cuenta con algún plan formal dirigido a las acciones comunitarias



Análisis e Interpretación

Como se observa en la gráfica, el 71% de la población encuestada, representada por cinco (5) personas opina que la empresa tiene un plan formal dirigido a las acciones comunitarias. Mientras que el 29% representado por dos (2) personas

respondieron que no cuenta con algún plan formal. Es necesario que la empresa cuente con un plan formal que permita programar las actividades sociales a realizar en un periodo determinado y para así poder cumplir con las metas propuestas.

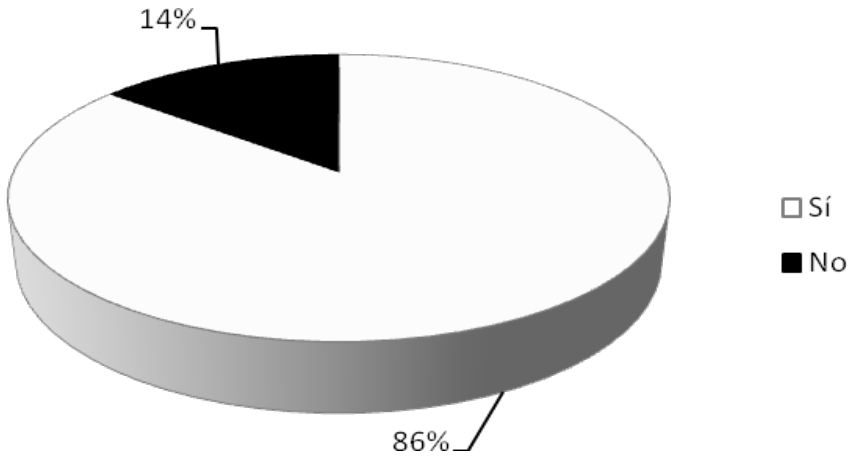
Cuadro 13

La empresa lleva un control de las acciones sociales que se realizan

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	03	03	06	86%
No	00	01	01	14%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 11

La empresa lleva un control de las acciones sociales que se realizan



Análisis e Interpretación

Los resultados obtenidos demuestran que el 86% de la población representada por seis (6) personas opinan que la empresa lleva un control de las acciones sociales que realiza, a su vez el 14% representado por una (1) persona indica que no existe dicho control. El control debe realizarse de manera preventiva, asegurando que la empresa no exceda los límites establecidos para realizar erogaciones de dinero que permitan el desarrollo de actividades sociales, y así tener una correcta utilización de los recursos destinados al cumplimiento de los objetivos orientados al bienestar de la comunidad.

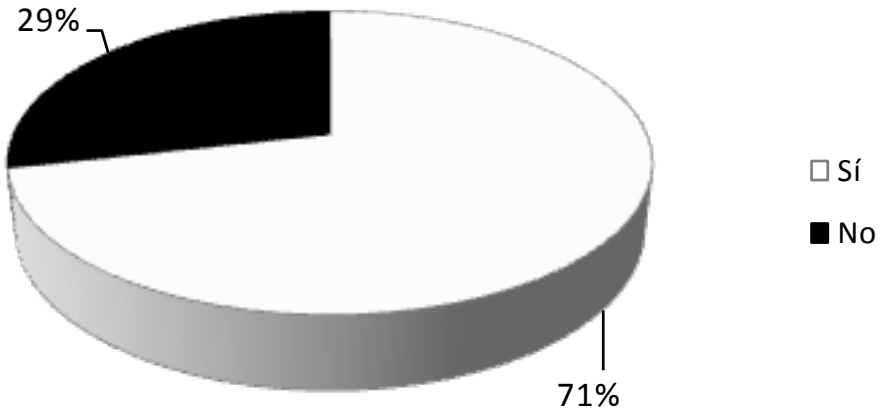
Cuadro 14

Considera usted que las acciones comunitarias se presentan detalladamente en las herramientas contables utilizadas actualmente por la empresa

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	03	02	05	71%
No	00	02	02	29%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 12

Considera usted que las acciones comunitarias se presentan detalladamente en las herramientas contables utilizadas actualmente por la empresa



Análisis e Interpretación

Los resultados obtenidos arrojan que el 71% de la población encuestada, coincide en que la empresa presenta las acciones comunitarias detalladamente en las herramientas contables de la empresa, mientras que el 29% opina que no. Para un mejor análisis de la información, la empresa debe presentar contablemente el detalle de los recursos destinados a las acciones sociales comunitarias. De forma que todos los usuarios puedan apreciar fácilmente el desarrollo de las actividades comunitarias.

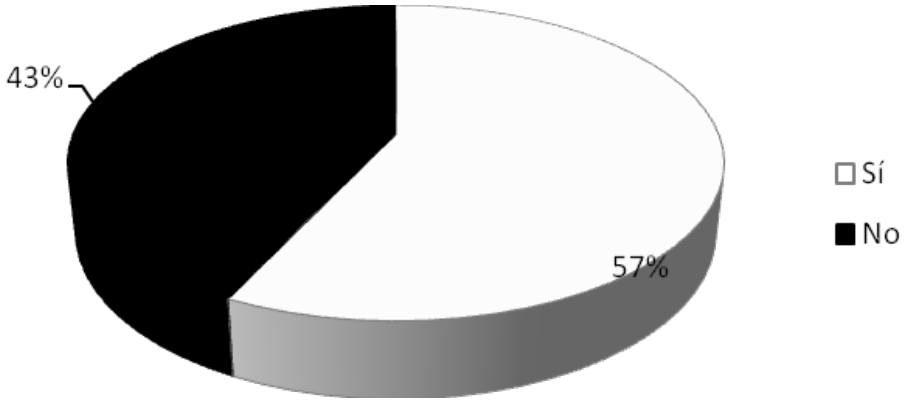
Cuadro 15

Cree usted que dicha presentación es la más idónea para analizar los resultados

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	02	02	04	57%
No	01	02	03	43%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 13

Cree usted que dicha presentación es la más idónea para analizar los resultados



Análisis e Interpretación

Según el gráfico 13, el 57% de la población respondió que la presentación utilizada es la mas idónea para analizar los resultados, sin embargo el 43% indica que no es así. Para analizar los resultados de manera favorable es necesario que la empresa plasme la información en estructuras que abarquen todos los campos requeridos en cuanto a la presentación contable de las acciones sociales, para poder

programar posteriores actividades y así mismo, estudiar los impactos que han tenido las acciones que se están ejecutando.

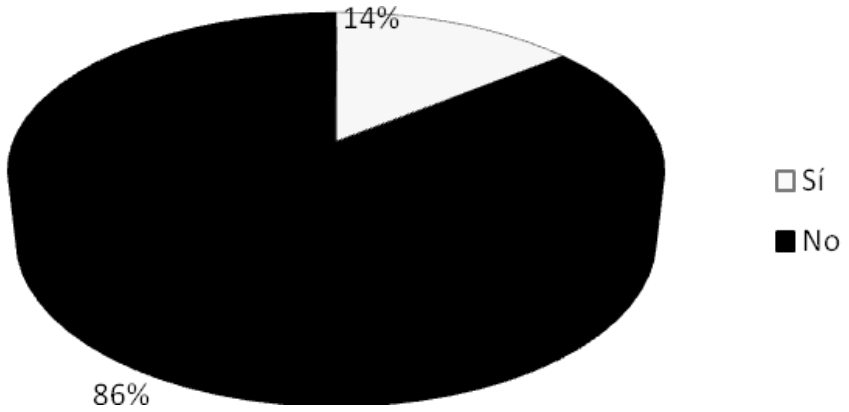
Cuadro 16

Conoce usted qué es el Balance Social

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	00	01	01	14%
No	03	03	06	86%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 14

Conoce usted qué es el Balance Social



Análisis e Interpretación

Los datos mostrados en la gráfica indican que el 86% de la población, representada por seis (6) personas no conocen el Balance Social, el 14% restante

representado por una (1) persona si tiene conocimiento del Balance Social. Esta herramienta es adaptada de acuerdo a las necesidades de la organización. Sin embargo, para que su implementación sea factible, el personal de la empresa debe conocer y familiarizarse con el Balance Social y así proporcionar información oportuna para todos los grupos interesados.

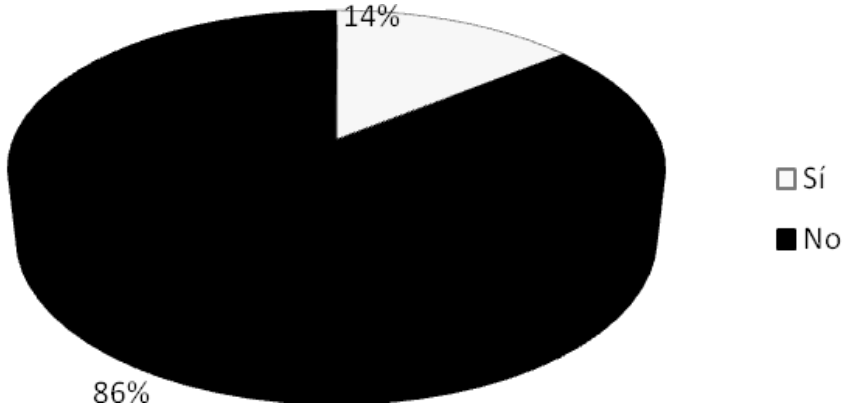
Cuadro 17

Conoce usted los objetivos del Balance Social

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	00	01	01	14%
No	03	03	06	86%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 15

Conoce usted los objetivos del Balance Social



Análisis e Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos, en la gráfica 15 se observa que el 86% de la población encuestada no conoce los objetivos del Balance Social, el 14% opina que si saben a que se refiere. Es decir que la empresa no conoce los beneficios que conlleva la adaptación de un Balance Social en la organización. El Balance Social, permite realizar un diagnostico de la situación en materia de Responsabilidad Social Empresarial, sirve como herramienta de planificación de las acciones, presenta la información de los recursos utilizados y apoya a la gerencia para la toma de decisiones.

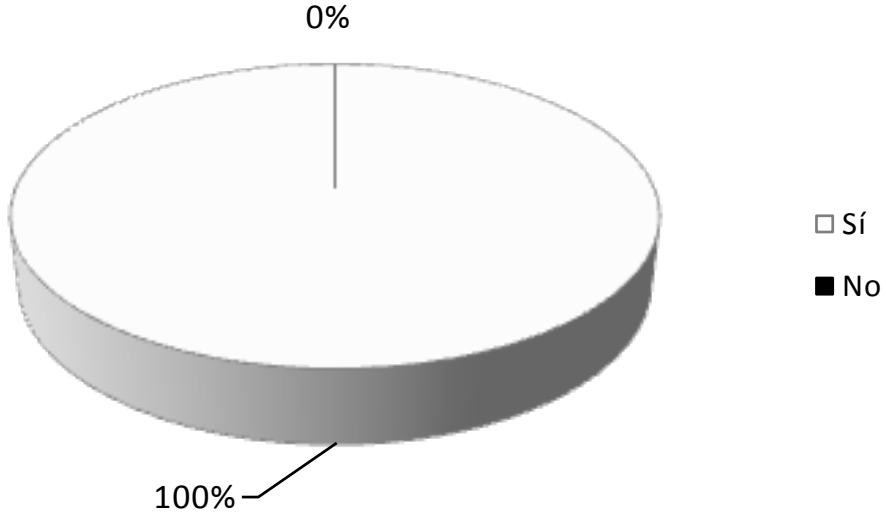
Cuadro 18

Cree usted que es necesario dar a conocer a las personas interesadas las acciones sociales realizadas

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	03	04	07	100%
No	00	00	00	00%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 16

Cree usted que es necesario dar a conocer a las personas interesadas las acciones sociales realizadas



Análisis e Interpretación

Los datos arrojados por el gráfico 16 presentan que el 100% de la población encuestada coinciden en que si consideran necesario dar a conocer a las personas interesadas las acciones sociales realizadas por la empresa. Tal como indican las personas encuestadas, es necesario que la empresa mantenga informados a los distintos usuarios sobre la gestión empresarial referente a las acciones comunitarias llevadas a cabo por la organización, de esta forma, demuestra la transparencia de la utilización de los recursos destinados a las actividades planificadas.

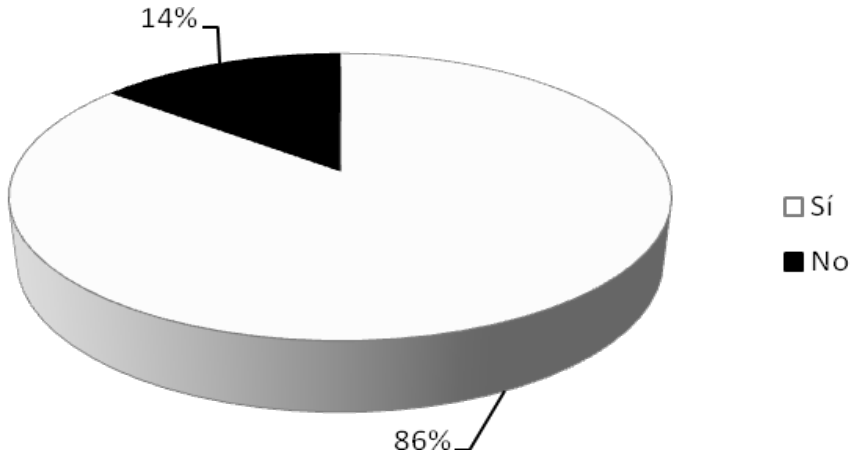
Cuadro 19

Considera usted que es necesario contar con una estructura que permita presentar las acciones sociales de manera separada de la contabilidad general

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	02	04	06	86%
No	01	00	01	14%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 17

Considera usted que es necesario contar con una estructura que permita presentar las acciones sociales de manera separada de la contabilidad general



Análisis e Interpretación

El gráfico 17 refleja que el 86% de la población encuestada opina que es necesario contar con una estructura que presente las acciones sociales separadas de la

contabilidad general, mientras que el 14% señala que no es necesario. Lo que se traduce en que la empresa no tiene una estructura única que le permita diferenciar las actividades que se realizan por voluntariado de las que generan algún tipo de utilidad.

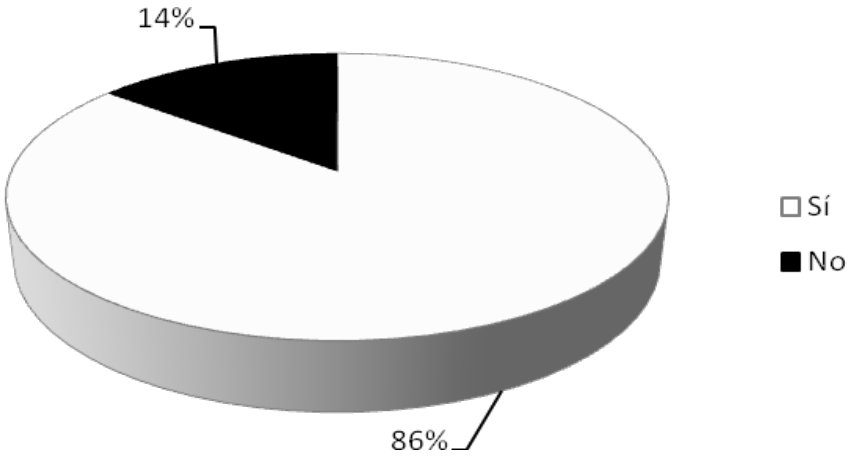
Cuadro 20

Cree usted que sería conveniente para la empresa la implementación de un Balance Social

Alternativas	Frecuencia Departamento de Marketing	Frecuencia Departamento de Contabilidad	Frecuencia Total	Porcentajes
Sí	02	04	06	86%
No	01	00	01	14%
Total	**03**	**04**	**07**	**100%**

Gráfico 18

Cree usted que sería conveniente para la empresa la implementación de un Balance Social



Análisis e Interpretación

Los resultados obtenidos indican que el 86% de la población encuestada representada por seis (6) personas opina que sería conveniente la implementación de un Balance Social, a su vez el 14% representado por una persona (1) opina que no. La implementación de un Balance Social facilita el desarrollo de las actividades sociales y promueve la toma de decisiones para mejorar la distribución de los recursos con que cuenta la empresa y así continuar con su labor social. De la misma manera los usuarios cuentan con información detallada y transparente.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

Presentación de la Propuesta

El dar a conocer la situación social de la organización, de forma transparente, en cuanto a sus actividades comunitarias, proporciona un flujo de comunicación confiable, permitiendo evaluar los resultados de los programas que buscan mejorar la calidad humana de la comunidad y por consiguiente generar una relación asertiva con los grupos de interés. Asimismo divulgar su aporte al desarrollo de un sector, identificando las características sociales de su equipo humano, así como sus necesidades, carencias y satisfacciones.

Las organizaciones deben ser lo mas transparente posible en cuanto a revelar la información vinculada a sus actividades, operaciones y manejo de recursos en relación a las acciones sociales destinadas a la comunidad. Se trata de generar confianza para que la sociedad pueda reconocer plenamente el interés público de las acciones sociales de la empresa, por lo tanto, es fundamental que éstas estén en equilibrio con las necesidades de la comunidad y que tengan claridad sobre el beneficio, el compromiso y profesionalismo.

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, cabe mencionar que las empresas deben contar con instrumentos que permitan presentar la información contable en cuanto a las actividades sociales que realice la organización, por lo tanto la presente propuesta está enfocada a diseñar un Balance Social bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., ubicada en Maracay, estado Aragua, y así dar cumplimiento al objetivo especifico de la investigación.

Justificación de la Propuesta

Los temas sociales avanzan rápidamente, los cambios que se experimentan y la incertidumbre que existe en la sociedad impone la necesidad de reflexionar sobre el rol que tienen los sectores empresa-sociedad en lo que se refiere a lo que hace la empresa y no al como lo hace. A medida que van surgiendo nuevas exigencias del entorno, la organización aumenta su convencimiento de que la Responsabilidad Social puede tener un valor económico directo. Aunque la misión de las empresas es generar beneficios lucrativos, al mismo tiempo puede contribuir al logro de los objetivos sociales.

Es necesario complementar una visión de la Responsabilidad Social que refleja una nueva cultura en la organización donde los valores, ideas y creencias que apoyan sus objetivos estratégicos, misión y visión deben perfeccionar y mantener su conducta con un desempeño ético, responsable, acorde con las actuales demandas de la sociedad. Asimismo es importante comunicar toda ésta información en un documento detallado y claro, dándole transparencia a las actividades realizadas, agregando credibilidad a la empresa.

Por consiguiente, el Balance Social es utilizado por las empresas como un instrumento que proyecta un mayor detalle de las actividades empresariales y ampliar el diálogo de la organización con la sociedad. En el se incluyen datos cualitativos y cuantitativos que pueden orientar la planificación de las actividades para el año siguiente, además de mostrar y comparar el desarrollo de las actividades del año anterior.

Es por ello, que dentro de este contexto se plantea la propuesta de un Balance Social que le permita a la empresa Stanhome Panamericana, C. A., integrar la información social de los compromisos, objetivos y mecanismos que desempeña.

Sirviendo de enlace entre la empresa y los grupos interesados. Y de igual manera, que le sirva como herramienta de planificación para perfeccionar su gestión desde el punto de vista de la Responsabilidad Social empresarial.

Fundamentación de la Propuesta

El proponer un Balance Social bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A. Se fundamenta en la carencia de herramientas que permitan diferenciar las operaciones contables sociales de las operaciones contables derivadas de las actividades normales de la empresa.

Cabe señalar, que las exigencias del entorno han conducido a las empresas a realizar actividades de Responsabilidad Social Empresarial, que las diferencien de las demás, para de esta manera ser reconocida por la sociedad y por consiguiente ser competitiva en el mercado. Las empresas utilizan diferentes herramientas que les permiten evaluar, controlar y planificar su desenvolvimiento en el ámbito social y así verificar el cumplimiento de sus objetivos.

En este sentido, las organizaciones deben asumir el compromiso que implica la Responsabilidad Social Empresarial, desarrollando sus actividades basándose en principios éticos, a través de objetivos y metas claramente definidos, es por esto que surge la necesidad de disponer de un instrumento que permita planear, organizar, dirigir, registrar y controlar las acciones sociales comunitarias. Por lo tanto es preciso definir el Balance Social, según Machado y otros (2002, p. 27) “representa un esfuerzo de síntesis para medir y evaluar cuantitativa y cualitativamente las acciones de responsabilidad social - tanto internas como externas- acometidas por la

organización en un período determinado, así como determinar el valor económico de esta práctica empresarial".

De acuerdo a lo anteriormente expuesto, el Balance Social permite no sólo conocer lo que hace la empresa sino también como lo hace, cuales son los beneficios para ella y para la sociedad, permite establecer lineamientos, desarrollar estrategias, aplicar correcciones y hacer un seguimiento de las acciones sociales comunitarias, para que de esta manera la actividad sea más efectiva y por consiguiente se obtengan mejores resultados.

Objetivos de la Propuesta

Objetivo General

Diseñar un Balance Social bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.

Objetivos Específicos

- Determinar los requerimientos necesarios para presentar la información recopilada sobre las acciones comunitarias.

- Describir el procesamiento contable para el registro de las acciones comunitarias.

- Definir los parámetros para la presentación contable de las acciones comunitarias a través del diseño de un Balance Social.

Factibilidad de la Propuesta

La aplicación de un Balance Social bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A. es viable y factible principalmente porque la organización está abierta a nuevos cambios que generen beneficios a futuro en cuanto a la divulgación de la información social de manera transparente, clara y oportuna y por consiguiente sirva de apoyo para la toma de decisiones y así programar y coordinar sus actividades comunitarias. Por otra parte el ejecutar esta propuesta no implicará gastos, personal, materiales y equipos adicionales. Cabe destacar, que la empresa está dispuesta a implementar el Balance Social, siempre y cuando sea autorizado por los accionistas, ya que se trata de una empresa transnacional.

Estructura de la Propuesta

Para diseñar la estructura del Balance Social bajo el enfoque de Responsabilidad Social empresarial como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., ubicada en Maracay, estado Aragua. Se formulan documentos para la revelación de la información recopilada sobre las acciones comunitarias y por último se definen los parámetros para la elaboración del Balance Social. Dichos instrumentos serán utilizados cuando la empresa lo considere necesario.

1era Parte. Requerimientos necesarios para presentar la información recopilada sobre las acciones comunitarias.

La empresa debe implementar documentos que le permita describir las actividades comunitarias realizadas bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial. Y así

poseer la información necesaria partiendo de los programas realizados para luego ser plasmada en el Balance Social. Estos formatos deberán ser llenados por la empresa de acuerdo a las actividades sociales que se realicen.

Figura 1

Estimación de Ventas para la Recaudación de los Fondos destinados a Donaciones

UN MUNDO DE ATENCIONES EN TU HOGAR STANHOME

ESTIMACIÓN DE VENTAS PARA LA RECAUDACIÓN DE LOS FONDOS DESTINADOS A DONACIONES

PERÍODO CUBIERTO: DEL _____ _____ _____ AL _____ _____ _____

1. INGRESOS POR VENTA DEL PRODUCTO COOLA-PED

a.	PRECIO DE VENTA POR UNIDAD	
b.	UNIDADES A VENDER	
c.	MONTO A RECAUDAR EN EL PERÍODO POR VENTAS DE PRODUCTO COOLA-PED (a x b = c)	
d.	DONACIONES VOLUNTARIAS	

ESTRATEGIA DE VENTA:

VENTA DIRECTA A TRAVÉS DE CATÁLOGOS

CAMPAÑA: _____ FECHA DE LA CAMPAÑA: _____

FECHA ESTIMADA PARA RECAUDAR LOS FONDOS: _____

OBSERVACIONES:

2. INGRESOS POR OTROS CONCEPTOS

Figura 1 (Cont.)

ACTIVIDAD (1):		
a.	MONTO A RECAUDAR EN EL PERÍODO POR OTROS CONCEPTOS ACTIVIDAD 1	
ACTIVIDAD (2):		
b.	MONTO A RECAUDAR EN EL PERÍODO POR OTROS CONCEPTOS ACTIVIDAD 2	
ACTIVIDAD (3):		
c.	MONTO A RECAUDAR EN EL PERÍODO POR OTROS CONCEPTOS ACTIVIDAD 3	
d.	TOTAL MONTO A RECAUDAR EN EL PERÍODO POR OTROS CONCEPTOS (a + b + c = d)	
TOTAL INGRESOS ESTIMADOS PARA DONACIONES (1 c + 2 d)		

ELABORADO POR:	FECHA:
REVISADO POR:	FECHA:

Fuente: Las Investigadoras (2009)

Antes de comenzar a elaborar el formato de estimación de ventas para la recaudación de fondos destinados a donaciones, es importante que la empresa organice la información y de acuerdo a su trayectoria y experiencia en el mercado

defina cual es el producto que podría generar los mejores resultados para obtener mayor volumen de ventas.

En el formato de estimación de ventas se proyectan las estrategias a utilizar para recaudar los fondos que serán destinados a las acciones comunitarias. Luego que la empresa realice su respectivo análisis, debe seleccionar los productos que formarán parte del programa, que hará posible la obtención de los recursos económicos necesarios para el desarrollo de las actividades sociales.

Posteriormente, se procede a llenar el formato, colocando el precio neto del producto y las cantidades que se estiman vender, asimismo se especifican los ingresos que esperan obtenerse por conceptos diferentes a la venta del producto seleccionado por la empresa para su labor social. Por su parte, en el campo denominado donaciones voluntarias, se colocaría el monto de aquellos aportes que se realicen sin considerar la Ley de Impuesto Sobre la Renta, y cuyos objetivos no sean netamente publicitarios si no, más bien se hagan como un compromiso espiritual de parte de la empresa, para la comunidad. De igual manera, el Plan de Ventas permite determinar las estrategias de ventas a utilizar.

La recaudación de fondos es vital para el cumplimiento de las actividades sociales planificadas, para el sostenimiento de la empresa, la conclusión del proyecto y el beneficio de la comunidad.

Figura 2

Registro de Actividades

UN MUNDO DE ATENCIONES EN TU HOGAR STANHOME

REGISTRO DE ACTIVIDADES

FECHA DEL APORTE:

BENEFICIARIO:

DESTINO DEL APORTE - ÁREA	NOMBRE DEL PROGRAMA	DURACIÓN	OBJETIVO	Nº DE BENEFICIARIOS	TIPO DE APORTE		DETALLE DEL APORTE EN ESPECIES	MONTO DEL APORTE (Bs.)		OBSERVACIONES
					DINERO	ESPECIES		DINERO	ESPECIES	
VIVIENDA										
ALIMENTACIÓN										
VESTIMENTA										
EDUCACIÓN										
HIGIENE										
SALUD										
ECOLOGÍA										
							TOTAL APORTE (Bs.)			

ELABORADO POR:	FECHA:
AUTORIZADO POR:	FECHA:

Fuente: Las Investigadoras (2009)

Por medio de este formato la empresa podrá llevar un registro de sus actividades sociales. Detallando aspectos relevantes de la gestión social, como el área abordada, los beneficiarios, el tipo de aporte realizado, la cantidad de dinero desembolsada por este concepto y los principales datos del programa social. Permitiendo a la empresa obtener la información en materia de Responsabilidad Social empresarial de manera clara y oportuna y por consiguiente planificar posteriores actividades y realizar correcciones a los programas que se estén ejecutando.

De acuerdo a la política social de la empresa, las acciones comunitarias se realizan de manera eventual, es por esto que la organización debe registrar sus actividades sociales a medida que las vaya realizando.

El formato de Registro de Actividades debe elaborarse por beneficiario, principalmente para tener un detalle del destino del aporte, es decir, a que área fue dirigida la donación. Asimismo permite llevar un control sobre los aportes realizados, diferenciando si estos se realizan en dinero o en especies, como por ejemplo, computadoras, artículos para el higiene personal, entre otras cosas.

Cabe destacar, que este documento permite totalizar las erogaciones de dinero realizadas por concepto de donaciones a una institución determinada, además admite la posibilidad de colocar cualquier observación que la empresa considere pertinente para tener una mejor apreciación sobre la información.

La organización debe saber cuanto ha sido realmente su aporte monetario por sector, para así tener en cuenta con que cantidad de dinero se ha involucrado en los diversos programas sociales.

Figura 3

Aportes Realizados por áreas

UN MUNDO DE ATENCIONES EN TU HOGAR STANHOME

APORTES REALIZADOS POR ÁREA

PERÍODO CUBIERTO: DEL _____ _____ _____ AL _____ _____ _____

NOMBRE DEL BENEFICIARIO	NRO DE BENEFICIARIOS	APORTE REALIZADO POR ÁREA (Bs.)						
		VIVIENDA	ALIMENTACIÓN	VESTIMENTA	EDUCACIÓN	HIGIENE	SALUD	ECOLOGÍA
TOTALES								

ELABORADO POR:

REVISADO POR:

Fuente: Las Investigadoras (2009)

El formato de Aportes Realizados por área, muestra la información detallada de los desembolsos realizados por conceptos de donaciones. Asimismo, la organización podrá conocer si las metas propuestas en términos cuantitativos han sido cumplidas, o si por el contrario no se lograron los objetivos planteados en un sector determinado. Generando la posibilidad de crear estrategias que pretendan lograr las metas finales.

De igual manera, de acuerdo a evaluaciones preliminares por parte de la empresa y considerando las necesidades apremiantes de cada área, podrán determinar cual es el sector que requiere mayor apoyo y así poder realizar una mejor distribución de los recursos.

Figura 4

Desarrollo de Productos

Fuente: Las Investigadoras (2009)

La creación de nuevos productos genera un impacto positivo en la comunidad, no sólo porque se trate de una necesidad del mercado, si no también porque algunas veces su fabricación requiere la contratación de nuevo personal, generando fuentes de empleo, de esta forma, la empresa está contribuyendo con la sociedad

Este aporte para la comunidad, es difícil de cuantificar, sin embargo, se puede visualizar a través del formato denominado Desarrollo de Productos a cuantas personas se ha beneficiado generando la oportunidad de tener un empleo digno.

El formato no presenta cantidades de dinero, más bien hace referencia al nombre del nuevo producto, su proceso de fabricación, personal requerido para llevar a cabo el proceso y la cantidad de empleos generados. Se hace de manera informativa, para conocer el número de personas favorecidas con el nuevo desarrollo.

2da Parte. Describir el procesamiento contable para el registro de las acciones comunitarias.

Para la implementación del Balance Social, no se requiere un cambio de las políticas contables de la empresa en cuanto a los registros de las acciones comunitarias que vienen realizando, ya que dicho proceso contable garantiza su utilidad reveladora en cuanto a la confiabilidad y veracidad de la información.

La organización puede seguir realizando sus registros contables referentes a las acciones comunitarias, como lo ha hecho hasta ahora, el registro se realiza en una cuenta de donaciones, se le carga a la cuenta de gastos de donaciones, y se le abona a las cuentas por pagar donaciones, primero se registra el gasto y cuando se saca el cheque, donaciones por pagar a banco, basándose en los Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados, en la Ley de Impuesto Sobre la Renta y en cualquier otra normativa al respecto.

La información revelada en los balances sociales, debe ir a la par de los balances tradicionales o económico - financieros, ya que estos sentarán las bases para mejorar la planificación, y la evaluación de las acciones sociales realizadas por la empresa, con la finalidad de lograr un desarrollo sustentable.

Tal información es útil para la toma de decisiones, por supuesto con un enfoque social amplio que incluya obviamente al económico – financiero.

Cabe mencionar, que sería favorable para los usuarios conocer la información detallada de los aportes, distribución y área abordada destinados a los beneficiarios referentes a las acciones sociales. El objetivo es que la información final presentada en el balance social revele la imagen fiel del proceso económico y de la misión social de la empresa.

3era Parte. Definir los parámetros para la presentación contable de las acciones comunitarias a través del diseño de un Balance Social

Una vez terminado el periodo planificado, la empresa cuenta con la información necesaria para presentar los informes finales de acuerdo a los resultados obtenidos de la gestión.

La finalidad de este Balance Social es revelar la información sobre la Responsabilidad Social Empresarial de las actividades sociales obtenidas en su desarrollo. Y asimismo se convierte en una herramienta de presentación contable para terceros.

A continuación se explican las partes en que está compuesto dicho Balance Social:

En la primera parte del balance, se presentan las metas propuestas para el período, en cuanto a las ventas estimadas para el año. Esta información es tomada del formato "Estimación de Ventas para la recaudación de los fondos destinados a donaciones".

En la segunda parte, se realiza la distribución de actividades, donde se identifican los beneficiarios, el nombre del programa social, la duración, el área destinada, el tipo de aporte, el monto del aporte, el acumulado hasta el año anterior, las observaciones y el monto total del aporte durante al año corriente. Toda esta información proviene del formato para el Registro de Actividades.

En la tercera parte, se muestra la distribución de los aportes. Se presentan los montos totales de los desembolsos de dinero realizados para cada área en particular. Esta información es tomada del formato denominado Aportes Realizados por área.

En la cuarta parte, se puede apreciar el monto establecido para donaciones del período anterior, asimismo, se presenta la estimación para desembolsos por concepto de donaciones para el período actual. Esta sección permite referenciar cuanto dinero puede utilizar la empresa para realizar sus aportes sociales. La operación, se obtiene multiplicando la utilidad neta estimada del período actual, por el porcentaje establecido en el Artículo 27 de la Ley de Impuesto Sobre La Renta.

En la quinta parte, se indica el número de empleos generados por el desarrollo de la imagen del nuevo producto como información adicional.

En la Sexta y última parte se realiza el análisis de la información, se describe el impacto social logrado en la comunidad, se señalan los compromisos sociales cumplidos, se establecen las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de todo el proceso, se combinan los elementos de la matriz DOFA y por consiguiente se

definen las posibles estrategias que permitan llevar a cabo las acciones correctivas necesarias para mejorar el desarrollo de las actividades sociales.

Figura 5

Balance Social

UN MUNDO DE ATENCIONES EN TU HOGAR STANHOME

BALANCE SOCIAL

DIMENSIÓN EXTERNA

EXPRESADO EN BOLÍVARES (Bs.)

PERÍODO CUBIERTO: DEL _____ _____ _____ AL _____ _____ _____

PARTE 1. METAS PROPUESTAS PARA EL PERÍODO

a.	MONTO A RECAUDAR EN EL PERÍODO POR VENTAS DEL PRODUCTO COOL A-PED:	
b.	MONTO A RECAUDAR EN EL PERÍODO POR OTROS CONCEPTOS:	
c.	MONTO ESTIMADO PARA DONACIONES (Bs.) (a + b = c)	

OBSERVACIONES:

PARTE 2. DISTRIBUCIÓN DE ACTIVIDADES

BENEFICIARIO	ÁREA DESTINADA	NOMBRE DEL PROGRAMA	DURACIÓN	Nº DE BENEFICIARIOS	TIPO DE APORTE		TOTAL APORTE Bs. AÑO _____	ACUMULADO Bs. DESDE _____ HASTA _____
					DINERO	ESPECIES		
TOTAL APORTE (Bs.)								

Figura 5 (Cont.)

PARTE 3. TOTAL APORTE POR ÁREA ABORDADA		
a.	VIVIENDA:	
b.	ALIMENTACIÓN:	
c.	VESTIMENTA:	
d.	EDUCACIÓN:	
e.	HIGIENE:	
f.	SALUD:	
g.	ECOLOGÍA:	

PARTE 4. ESTIMACIÓN PARA DESEMBOLSOS POR CONCEPTO DE DONACIONES PARA EL PERÍODO ACTUAL		
INFORMACIÓN DE INTERÉS		
MONTO ESTABLECIDO PARA DONACIONES PERÍODO ANTERIOR:		
a.	UTILIDAD NETA ESTIMADA DEL PERÍODO ACTUAL:	
b.	% APLICADO:	
c.	MONTO ESTIMADO PARA DONACIONES PERÍODO ACTUAL (Bs.) (a x b = c)	

PARTE 5. EMPLEOS GENERADOS POR DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS	
NRO DE EMPLEOS GENERADOS:	

PARTE 6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN
a. IMPACTO SOCIAL LOGRADO:

Figura 5 (Cont.)

b. COMPROMISOS SOCIALES CUMPLIDOS:		
c. MATRIZ ESTRATÉGICA (DOFA)	FORTALEZAS:	DEBILIDADES:
OPORTUNIDADES:	ESTRATEGIAS FO:	ESTRATEGIAS DO:
AMENAZAS:	ESTRATEGIAS FA:	ESTRATEGIAS DA:
ESTRATEGIAS SELECCIONADAS:		
ELABORADO POR:	FECHA:	
REVISADO POR:	FECHA:	

Fuente: Las Investigadoras (2009)

Habiendo diseñado la estructura del Balance Social para la presentación contable de las acciones sociales realizadas por la empresa, la información que se revelará en dicha estructura se complementará con los formatos diseñados en la primera parte de la propuesta.

De tal forma que este balance constituirá una herramienta de gran utilidad y de apoyo, porque facilitará el desarrollo y planificación de las actividades sociales y a su vez servirá como instrumento para la toma de decisiones, brindando información detallada para todos los grupos interesados en el proceso de las acciones sociales realizadas por la empresa.

El objetivo de este balance, es presentar contablemente bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial las acciones comunitarias realizadas por la empresa, para que esta pueda ser apreciada de manera rápida, clara y oportuna. La finalidad es que a simple vista pueda observarse el detalle del impacto social y los logros alcanzados en la comunidad, para complementar y enriquecer la información brindada por el balance tradicional. Tal conocimiento, bien puede contribuir a la determinación de diferentes índices que concentren en una cifra el comportamiento socialmente responsable de los entes, así mismo, permite conocer mejor la porción de la realidad considerada, con un enfoque económico social.

CAPÍTULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

En el contexto de la responsabilidad social empresarial, las nuevas tendencias han logrado que las empresas se sientan obligadas a rediseñar sus proyectos, considerando en sus propósitos a la sociedad. Asimismo, las organizaciones no solamente están interesadas en generar ganancias, sino que van mas allá, favoreciendo a las diversas comunidades a través de su actuación social.

El comportamiento social de la empresa Stanhome Panamericana, C. A., se fundamenta en compenetrarse con la sociedad, a través de sus estrategias comerciales beneficiando a la comunidad donde se desenvuelve la organización.

Cabe destacar, que las organizaciones deben tener muy en cuenta que la relación de la institución con la sociedad, es un factor determinante de éxito, y que los usuarios de la información producida, le prestan especial atención a los datos tanto cuantitativos, monetarios como aquellos indicadores de condiciones relativas al tratamiento del compromiso social de la empresa con su entorno. Si todas las personas relacionadas e interesadas en la gestión social de la empresa conocen el balance social, su contenido y beneficios, la implementación de esta herramienta será factible y viable para la organización.

A través de la información suministrada por los integrantes de los departamentos en estudio, se desarrollaron los objetivos planteados en la investigación; el diagnóstico de la situación actual en materia de responsabilidad social empresarial en cuanto a las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome

Panamericana, C.A., donde se concluyo que la empresa no tiene una cultura social, ya que los empleados no se ven comprometidos en conocer las actividades sociales que realiza la empresa y le dan un enfoque publicitario orientado a sus operaciones con el fin de favorecer el crecimiento económico y así aumentar su competitividad.

Asimismo, se identificaron las herramientas utilizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C.A., para presentar contablemente las partidas de las acciones comunitarias, donde se determinó que la empresa utiliza el balance general, para presentar el registro de las partidas contables de las acciones comunitarias realizadas por la compañía y adicionalmente utiliza el plan a 3 años como herramienta de planificación de sus actividades sociales.

A su vez, en lo que respecta a como se presentan contablemente las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C.A., se constató que la compañía no cuenta con una estructura contable que permita conocer el detalle únicamente de las acciones comunitarias realizadas por la organización.

Por lo tanto, se llego a la conclusión de que la estructura que utiliza la empresa para la presentación contable de las partidas referentes a las acciones comunitarias no se ajusta a los parámetros definidos por el balance social bajo el enfoque de la responsabilidad social empresarial, ya que no permite conocer de forma separada la información en cuanto a las actividades sociales desarrolladas en la comunidad, de las operaciones de acuerdo con la naturaleza de la empresa. Por ello, se propuso el diseño de un balance social adaptado a las necesidades de la organización.

El presente estudio reveló que las herramientas utilizadas actualmente por la empresa, se inclinan hacia el área de mercadeo, más que al área de Contabilidad, es decir, la organización no cuenta con una estructura contable que contribuya a la toma de decisiones y le permita a la organización afianzar su credibilidad en cuanto a la

transparencia financiera de las operaciones relacionadas con las acciones comunitarias, aunque en materia de responsabilidad social empresarial se ha desenvuelto bastante bien, calando en la localidad a través de una imagen de sensibilización humana y social, atendiendo o colaborando en la medida de su alcance con las necesidades de la comunidad, mediante programas donde realiza distintos tipos de donaciones.

Recomendaciones

Después de haber concluido se presentan algunas sugerencias que pretenden ofrecer un valor agregado a la empresa Stanhome Panamericana, C. A. El compromiso que toda empresa tiene con la sociedad en general, es demostrar el nivel de cumplimiento de las actividades comunitarias que realiza de forma voluntaria, de tal manera que la implementación del balance social bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial, implica un proceso de cambio, por lo que se recomienda lo siguiente:

- Es necesario mantener una comunicación asertiva entre todos los departamentos implicados en la gestión social de la empresa, para que de esta manera, el personal se sienta involucrado con el proceso y por consiguiente comprometido con la labor social emprendida por la organización.

- Se debe mantener la actualización del personal y de los miembros directivos de la organización en materia de Responsabilidad Social, ya que este es un tema que siempre está en constante transformación y se va adaptando a las necesidades y problemas que enfrentan las comunidades.

- La organización debe comprometerse no sólo a conocer lo que es un Balance Social, si no también que debe comprender su justificación y objetivos. Para que de esta manera obtenga mejores resultados en su implementación y desarrollo.

- La empresa debe mantenerse actualizada en materia contable bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial, para mejorar el procesamiento y presentación de la información social.

- Comprometerse con el desarrollo económico y el mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad local y de la sociedad en su conjunto como lo han venido haciendo hasta ahora.

- La empresa debe concientizar a todo el personal involucrado en el proceso de responsabilidad social y así adquirir un mayor compromiso para darle un sentido más humanitario a su actuación frente a la comunidad.

- Difundir el Balance Social entre las partes interesadas, para lograr un mejor dialogo y así dar a conocer el desarrollo de la gestión social.

- La presente propuesta debe ser revisada y estudiada por los Directivos para adaptarla a sus actividades y así fomentar la sensibilización social.

- El implementar la estructura contable de un balance social donde se presente únicamente sus acciones comunitarias, proporcionaría una información oportuna, confiable, transparente y actualizada para todos los grupos interesados, de esta forma se lograrían los objetivos establecidos, y se conocería en forma detallada el desempeño de la organización en cuanto al desarrollo de su compromiso social, asimismo, el detalle de la información, permitirá a la organización realizar un análisis

del destino de los fondos, para de esta manera determinar qué área requiere mayor apoyo y por consiguiente podrá realizar una mejor distribución de los recursos para sus contribuciones sociales.

REFERENCIAS

Agorrea, R. y Molina, G. (2005). Propuesta para la implementación del balance social como herramienta evaluadora para el cumplimiento de la responsabilidad social de la corporación CANTV, ubicada en la ciudad de Caracas, Distrito Capital. Trabajo de grado no publicado. Universidad de Carabobo. La Morita

Arias, F. (1999). El Proyecto de la Investigación. Caracas: Editorial Episteme, C. A. Tercera Edición

Arias, F. (2004). El Proyecto de la Investigación. Introducción a la Metodología Científica. Caracas: Editorial Episteme, C. A. Cuarta Edición

Arismendi, E., González, G. y Velásquez, Y. (2007). Aproximación a la aplicación del balance social como herramienta evaluadora de la responsabilidad social a lo interno, caso Universidad de Carabobo, FACES Campus "La Morita". Trabajo de Grado no publicado. Universidad de Carabobo. La Morita

Caldera, E. y Toloza, C. (2005). Análisis del balance social como instrumento evaluador del rendimiento de la responsabilidad social empresarial caso Banesco Banco Universal. Trabajo de grado no publicado. Universidad de Carabobo. La Morita

Castillo Clavero, A. M. (1986). La Responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación gestión y control. [Tesis en línea]. Tesis doctoral inédita presentada en la Universidad de Málaga. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=FpPDPz5_Q4gC&pg=PA33&dq=castillo+clavero+la+responsabilidad+social+supone&lr= [Consulta: 2008, diciembre 09]

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. (1999). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela 36.860. Fecha: 1999, diciembre 30.

García, D. (1996). La ética como instrumento de gestión empresarial. [Libro en línea]. Publicado por Universitat Jaume I. Disponible: ttp://books.google.co.ve/books.google.co.ve/books?id=kAIEq7tf7gMC&pg=PA36&dq=Balance+Social++como+informe+social+de+la+empresa#PPA35,M1 [Consulta 2009, enero 15]

Guédez, V. (2008). Ser Confiable. Responsabilidad social y reputación empresarial. Caracas. Editorial planeta venezolana S.A.

Hernández R. Fernández C. y Baptista P. (1997) Metodología de la Investigación. [Libro en línea]. Mexico: Editorial Mc Graw Hill Disponible:

http://www.scribd.com/doc/7634563/Hernandez-Sampieri-R-Metodologia-de-La-Investigacion [Consulta 2009, febrero 16]

Hernández R. Fernández C. y Baptista P. (2003) Metodología de la Investigación. Mexico: Editorial Mc Graw

Hernández R., Fernández C. y Baptista P. (2007) Fundamentos de metodología de la investigación. México: editores, S.A. de C.V.

Ley Orgánica del Ambiente. (2006). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.833 Extraordinario. Fecha: 2006, diciembre 22

Libro Verde. (2001). [Documento en línea]. Disponible: http://www.scribd.com/doc /72 12718/Libro-Verde-CEE [Consulta 2009, Abril 17]

López Arveláiz, M. G. (2008). El Balance Social como herramienta Integral para Evaluar la gestión de las Agrotiendas de la CVA empresa comercializadora de Insumos y Servicios Agrícolas, S. A., Adscrita a la Corporación Venezolana Agraria (CVA) Durante los años 2006 – 2007. [Tesis en Línea]. Tesis presentada en la Universidad Centro Occidental Lisandro Alvarado. Disponible: http://bibadm .ucla.edu.ve/cgi-win/be_alex.exe?Acceso=T070600018778/0&Nombrebd=Baducl a [Consulta 2008, noviembre 21]

Machado. C., Berti. Z. y Caraballo L. (2002). Balance Social para la empresa venezolana. Modelo de la fundación escuela de gerencia social (FEGS). [Documento en línea]. Disponible: http://www.gerenciasocial.org.ve/centro/public ion_pdf/pe_10.pdf [Consulta 2009, febrero 02]

Manual de Balance Social. (2001). [Documento en línea]. Disponible: http://www.oitandina.org.pe/documentos/colombia_manual_de_balance_social.pdf [Consulta 2009, Enero 31]

Manual de Responsabilidad Social Empresarial para PYMES. (2006). [Documento en línea]. Disponible: http://www.prohumana.cl/documentos/guiarse.pdf [Consulta 2009, Enero 31]

Martínez. H. (2005). El Marco Ético de la Responsabilidad Social Empresarial. [Libro en Línea]. Publicado por Pontificia Universidad Javeriana. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=FNtOLTYrftEC&pg=PA31&dq=La+Respons abilidad+Social+de+la+empresa&lr=&as_brr=3 [Consulta 2009, enero 18]

Mateos, P. (1998). Dirección y objetivos de la empresa actual. [Libro en línea]. Editorial Ramón Areces. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=M3qhek

rf2CEC&dq=Direcci%C3%B3n+y+objetivos+de+la+empresa+actual.&printsec=frontcover&source=bl&ots=fAlQMFKuXy&sig=d8hSoKUG9XcEydbLasNJPmlTqFs&hl=es&sa=X&oi=book_result&resnum=2&ct=result#PPA195,M1 [Consulta: 2008, diciembre 09]

Méndez, C. (2001). Metodología: Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. Bogotá: Editorial Mc Graw hill. Tercera Edición

Morales, C. y Urquía, E. (2006). Efectividad de la aplicación del balance social como herramienta de la responsabilidad social en las pymes, del estado Carabobo, sector metalmecánico. Trabajo de grado no publicado. Universidad de Carabobo. Bárbula

Palella, S. y Martins, F. (2003). Metodología de la Investigación cuantitativa. Caracas: Fondo editorial de la Universidad Pedagógica experimental libertador (fedeupel)

Sabino, C. (1994). El Proceso de Investigación Científica. Caracas: Editorial Panapo

Tamayo y Tamayo, M. (2004). El Proceso de la Investigación científica. México: Editorial Limusa. Cuarta Edición

Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Vicerrectorado de Investigación y Postgrado. (2003). Manual de Trabajos de grado de especialización y maestrías y tesis doctorales. Caracas FEDUPEL

Yuni, C. y Urbano C. (2006) Técnicas para Investigar y Formular Proyectos de Investigación [Libro en Línea]. Publicado por Editorial Brujas. Disponible: http://books.google.co.ve/books?id=XWIkBfrJ9SoC&pg=PA83&dq=como+realizar+un+guion+de+entrevista+y+ [Consulta: 2009, diciembre 09]

ANEXOS

GUIÓN DE ENTREVISTA

1. ¿La empresa realiza acciones de Responsabilidad Social Empresarial?

_____
_____
_____
_____
_____

2. ¿Cuáles son los ámbitos sociales de acuerdo con la Responsabilidad Social Empresarial que abarca la empresa?

_____
_____
_____
_____
_____

3. ¿Qué los llevó a desarrollar o poner en práctica la Responsabilidad Social Empresarial en la empresa?

_____
_____
_____
_____
_____

4. ¿Cada cuánto tiempo la empresa realiza acciones sociales dirigidas a la comunidad?

_____
_____
_____
_____
_____

5. ¿Cómo cree usted que la comunidad se beneficia con las acciones sociales realizadas por la empresa?

_____
_____
_____
_____
_____

6. ¿En qué consisten las principales contribuciones que está realizando la empresa para la comunidad?

_____
_____
_____
_____
_____

7. ¿Cuáles son las actividades que realiza la empresa para recaudar los fondos necesarios para llevar a cabo las acciones sociales dirigidas a la comunidad?

_____
_____
_____
_____
_____

8. ¿Indique con cuales herramientas cuenta la empresa para evaluar las acciones sociales realizadas?

_____
_____
_____
_____
_____

9. ¿Cómo es el tratamiento contable de las acciones comunitarias?

_____
_____
_____
_____
_____

10. ¿En qué estado financiero presenta las acciones sociales dirigidas a la comunidad?

_____
_____
_____
_____

11. ¿Qué partidas contables utiliza la empresa para el registro de la información referente a las acciones sociales?

_____
_____
_____
_____
_____

12. ¿Las acciones comunitarias bajo el enfoque de Responsabilidad Social Empresarial se presentan claramente en las herramientas utilizadas actualmente por la empresa?

_____
_____
_____
_____
_____

13. ¿Considera usted que dicha presentación es la más apropiada para analizar los resultados de manera eficaz?

_____
_____
_____
_____
_____

14. ¿La empresa cuenta con algún instrumento que permita la planificación de las acciones sociales dirigidas a la comunidad en un período determinado?

_____
_____
_____
_____
_____

15. ¿Existe un departamento dentro de la empresa que controle las acciones sociales realizadas?

_____
_____
_____
_____
_____

16. ¿Conoce usted qué es el Balance Social?

_____
_____
_____
_____
_____

17. ¿Conoce usted los objetivos del Balance Social?

_____
_____
_____
_____
_____

18. ¿Cree usted que sería satisfactorio para facilitar la toma de decisiones de los directivos de la empresa, la presentación de las partidas relacionadas con las acciones sociales dirigidas a la comunidad de manera separada de las demás partidas contables?

_____
_____
_____
_____
_____

19. ¿Considera usted que sería conveniente para la empresa implementar un Balance Social?

_____
_____
_____
_____
_____

CUESTIONARIO

N°	Pregunta	Sí	No
1	¿La empresa desarrolla acciones sociales dirigidas a la comunidad?		
2	¿Las acciones comunitarias realizadas por la empresa se rigen por alguna reglamentación?		
3	¿Las acciones comunitarias en materia de Responsabilidad Social Empresarial que realiza la empresa se hacen de manera voluntaria?		
4	¿Considera usted que las acciones sociales dirigidas a la comunidad realizadas actualmente por la empresa permiten cumplir con las metas propuestas en materia de Responsabilidad Social Empresarial?		
5	¿Cree usted que la empresa realmente está comprometida con la comunidad en cuanto a las acciones sociales destinadas a su beneficio?		
6	¿La entrega de los fondos obtenidos para las acciones sociales dirigidas a la comunidad se hace a través de un acto público?		
7	¿La empresa cuenta con herramientas que permitan evaluar las acciones sociales realizadas en materia de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad?		
8	¿La empresa utiliza partidas contables especiales para el registro de las acciones sociales dirigidas a la comunidad?		
9	¿La empresa tiene una estructura contable única para la presentación de las diversas partidas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a la comunidad?		
10	¿La empresa cuenta con algún plan formal dirigido a las acciones		

	comunitarias?		
11	¿La empresa lleva un control de las acciones sociales que se realizan?		
12	¿Considera usted que las acciones comunitarias se presentan detalladamente en las herramientas contables utilizadas actualmente por la empresa?		
13	¿Cree usted que dicha presentación es la mas idónea para analizar los resultados?		
14	¿Conoce usted qué es el Balance Social?		
15	¿Conoce usted los objetivos del Balance Social?		
16	¿Cree usted que es necesario dar a conocer a las personas interesadas las acciones sociales realizadas?		
17	¿Considera usted que es necesario contar con una estructura que permita presentar las acciones sociales de manera separada de la contabilidad general?		
18	¿Cree usted que sería conveniente para la empresa la implementación de un Balance Social?		

Operacionalización de Variables

Objetivo General: Proponer un balance social bajo el enfoque de responsabilidad social empresarial, como herramienta de presentación contable de las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., ubicada en la Zona Industrial San Vicente I, Maracay, estado Aragua.

Objetivos Específicos	Variables	Dimensiones	Indicadores	Cuestionario Ítem	Guión de Entrevista Ítem
Diagnosticar la situación actual en materia de responsabilidad social empresarial en cuanto a las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.	Responsabilidad Social	Situación de la empresa Stanhome Panamericana, C.A.	Acción Social Reglamentación Voluntario Metas Compromiso Transparencia Desarrollo Tiempo Beneficio Contribución Actividades	1 2 3 4 5 6	1,2 3 4 5 6 7
Identificar las herramientas utilizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A., para presentar contablemente las partidas de las acciones comunitarias.	Herramientas	Stanhome Panamericana, C.A	Herramienta Registro Tratamiento Contable Estructura Plan Control Presentación	7 8 9 10 11	8 11 9 14 15 10

Analizar cómo se presenta contablemente las acciones comunitarias realizadas por la empresa Stanhome Panamericana, C. A.	Acciones Comunitarias	Presentación Contable	Presentación Analizar Balance Social Objetivos Comunicación Estructura Implementación Toma de Decisiones	12 13 14 15 16 17 18	12 13 16 17 19 18
Diseñar un balance social como herramienta de presentación bajo el enfoque de la responsabilidad Social dirigida a la comunidad para la empresa Stanhome Panamericana, C. A.	Balance Social		Diseño de la Propuesta		

Fuente: Las Investigadoras (2009)

Estimación de la Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos

Guión de Entrevista

Experto / Ítems	1	2	3	4	Total	Varianza de Cada ítems	Varianza del Instrumento
1	4	4	4	4	16	0	
2	4	4	4	3	15	0,25	
3	4	4	4	4	16	0	
4	4	4	4	4	16	0	
5	3	4	4	4	15	0,25	
6	4	4	4	4	16	0	
7	4	4	4	4	16	0	
8	3	4	4	3	14	0,25	
9	4	4	4	3	15	0,25	
10	4	4	4	4	16	0	
11	4	4	4	4	16	0	
12	3	4	4	4	15	0,25	
13	4	4	4	4	16	0	
14	4	4	4	4	16	0	
15	4	4	4	4	16	0	
16	4	4	4	4	16	0	
17	4	4	4	4	16	0	
18	4	4	4	4	16	0	
19	4	4	4	4	16	0	
∑ **total**	73	76	76	73	298	Vi= 1,25	Vt= 3

Fuente: Las Investigadoras (2009)

Nomenclatura:

$V_t = S_t^2$ = Varianza del Instrumento.

$V_i = S_i^2$ = Varianza de cada Ítems.

k = Número de Ítems del Instrumento.

Estimación de la Confiabilidad del Instrumento de Recolección de Datos

Cuestionario

Experto / Ítems	1	2	3	4	Total	Varianza de Cada ítems	Varianza del Instrumento
1	4	4	4	4	16	0	
2	4	4	4	4	16	0	
3	4	4	4	4	16	0	
4	4	3	3	4	15	0,33	
5	4	4	4	4	16	0	
6	4	4	4	4	16	0	
7	4	4	4	4	16	0	
8	4	3	4	4	16	0,25	
9	4	4	4	4	16	0	
10	4	4	4	4	16	0	
11	4	4	4	4	16	0	
12	4	3	4	4	16	0,25	
13	4	4	4	4	16	0	
14	4	4	4	4	16	0	
15	4	4	4	4	16	0	
16	4	4	4	4	16	0	
17	4	4	4	4	16	0	
18	4	4	4	4	16	0	
∑ **total**	72	69	71	72	287	Vi= 0,83	Vt= 2

Fuente: Las Investigadoras (2009)

Estimación del Coeficiente de Validez de Contenido (CVC) para la Validación del Instrumento de Recolección de Datos:

Guión de Entrevista

Experto / Ítems	1	2	3	4	∑xy	Mx	Cvc_i	Pe_i
1	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
2	4	4	4	3	15	3,75	0,9375	0,0039
3	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
4	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
5	3	4	4	4	15	3,75	0,9375	0,0039
6	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
7	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
8	3	4	4	3	14	3,50	0,8750	0,0039
9	4	4	4	3	15	3,75	0,9375	0,0039
10	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
11	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
12	3	4	4	4	15	3,75	0,9375	0,0039
13	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
14	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
15	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
16	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
17	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
18	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
19	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
∑ total	73	76	76	73	298	74,50	18,6250	0,0741

Fuente: Las Investigadoras (2009)

Estimación del Coeficiente de Validez de Contenido (CVC) para la Validación del Instrumento de Recolección de Datos:

Cuestionario

Experto / Ítems	1	2	3	4	∑xy	Mx	Cvc_i	Pe_i
1	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
2	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
3	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
4	4	3	3	4	14	3,50	0,8750	0,0039
5	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
6	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
7	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
8	4	3	4	4	15	3,75	0,9375	0,0039
9	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
10	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
11	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
12	4	3	4	4	15	3,75	0,9375	0,0039
13	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
14	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
15	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
16	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
17	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
18	4	4	4	4	16	4,00	1,0000	0,0039
∑ total	72	69	71	72	284	71	17,75	0,0741

Fuente: Las Investigadoras (2009)

Nomenclatura:

$\sum_{xy}$: Sumatoria de los valores asignados por los Expertos.

M_x : Número de Expertos.

Cvc_i : Coeficiente de validez de contenido por ítem.

$Pe_i = \left(\frac{1}{j}\right)^j$: Es La probabilidad de concordancia aleatoria entre jueces.

CARTA DE VALIDACIÓN

Yo, Isbelia Amundaraín, Licenciado (a) en Educación, hago constar mediante la presente que he revisado y aprobado metodológicamente los instrumentos de recolección de información "Cuestionario" y "Guión de Entrevista", diseñado por Fermín Yolly, Rodríguez Yubisay y Trejo Yliana, aspirantes al Título de Licenciadas en Contaduría Pública reúnen los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados validos y confiables, por lo tanto aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantean en la investigación del Trabajo de Grado que lleva por título: **PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STANHOME PANAMERICANA, C. A., UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL SAN VICENTE I, MARACAY, ESTADO ARAGUA.**

Constancia que se expide a los 03 días del mes de julio de 2009

Atentamente,

C.I. 6372779

CARTA DE VALIDACIÓN

Yo, Nancy Capardi, Licenciado (a) en Administración Comercial, hago constar mediante la presente que he revisado y aprobado los instrumentos de recolección de información "Cuestionario" y "Guión de Entrevista", diseñado por Fermín Yolly, Rodríguez Yubisay y Trejo Yliana, aspirantes al Título de Licenciadas en Contaduría Pública reúnen los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados validos y confiables, por lo tanto aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantean en la investigación del Trabajo de Grado que lleva por título: **PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STANHOME PANAMERICANA, C. A., UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL SAN VICENTE I, MARACAY, ESTADO ARAGUA.**

Constancia que se expide a los 03 días del mes de Julio de 2009

Atentamente,

C.I. 9688577

CARTA DE VALIDACIÓN

Yo, Luyda M García E, Licenciado (a) en Administración General, hago constar mediante la presente que he revisado y aprobado los instrumentos de recolección de información "Cuestionario" y "Guión de Entrevista", diseñado por Fermín Yolly, Rodríguez Yubisay y Trejo Yliana, aspirantes al Título de Licenciadas en Contaduría Pública reúnen los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados validos y confiables, por lo tanto aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantean en la investigación del Trabajo de Grado que lleva por título: **PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STANHOME PANAMERICANA, C. A., UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL SAN VICENTE I, MARACAY, ESTADO ARAGUA.**

Constancia que se expide a los 30 días del mes de Junio de 2009

Atentamente,

C.I. 9.678.378

CARTA DE VALIDACIÓN

Yo, José Antonio Juarez Gomez, Licenciado (a) en Contaduría Pública, hago constar mediante la presente que he revisado y aprobado los instrumentos de recolección de información "Cuestionario" y "Guión de Entrevista", diseñado por Fermín Yolly, Rodríguez Yubisay y Trejo Yliana, aspirantes al Título de Licenciadas en Contaduría Pública reúnen los requisitos suficientes y necesarios para ser considerados validos y confiables, por lo tanto aptos para ser aplicados en el logro de los objetivos que se plantean en la investigación del Trabajo de Grado que lleva por título: **PROPUESTA DE UN BALANCE SOCIAL BAJO EL ENFOQUE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL, COMO HERRAMIENTA DE PRESENTACIÓN CONTABLE DE LAS ACCIONES COMUNITARIAS REALIZADAS POR LA EMPRESA STANHOME PANAMERICANA, C. A., UBICADA EN LA ZONA INDUSTRIAL SAN VICENTE I, MARACAY, ESTADO ARAGUA.**

Constancia que se expide a los 30 días del mes de Junio de 2009

Atentamente,

C.I. 11999425