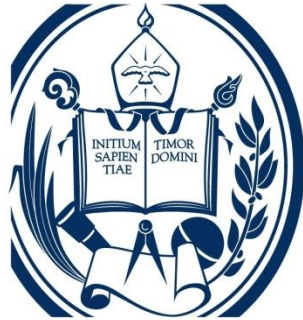


REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
GERENCIA DE LA CONSTRUCCIÓN DE EDIFICACIONES



UNIVERSIDAD
DE LOS ANDES

PLAN DE ACCION PARA LA IMPLEMENTACION DE LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS EN EL
MUNICIPIO ZEA ESTADO MERIDA

www.bdigital.ula.ve

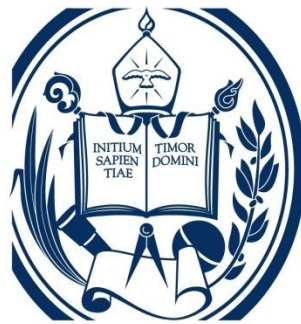
AUTOR: Yessica Carolina Castro Bracho

TUTORA: Johanna M. Gutiérrez V.

Mérida, Abril de 2016

C.C.Reconocimiento

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
GERENCIA DE LA CONSTRUCCIÓN DE EDIFICACIONES**



**UNIVERSIDAD
DE LOS ANDES**

**PLAN DE ACCION PARA LA IMPLEMENTACION DE LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS EN EL
MUNICIPIO ZEA ESTADO MERIDA**

Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al Grado de
Especialista en Gerencia de la Construcción de Edificaciones

AUTOR: Yessica Carolina Castro Bracho

TUTORA: Johanna M. Gutiérrez V.

Mérida, Abril de 2016

DEDICATORIA

Dedico este trabajo especial de grado a **DIOS** y todos los **SANTOS**, quienes inspiraron mi espíritu para la conclusión de este gran logro.

A mis padres quienes me dieron vida, educación, apoyo y consejos.

A mis hermanos quienes son pilar fundamental en cada una de las metas propuestas en mi vida.

A mis compañeros de estudio y amigos, quienes sin su ayuda nunca hubiera podido hacer este trabajo.

A todos ellos se los agradezco desde el fondo de mi alma. Para todos ellos hago esta dedicatoria.

www.bdigital.ula.ve

AGRADECIMIENTOS

A dios y todos los Santos, por ser mis guías y darme la oportunidad de cumplir mis metas.

A mis padres (José Antonio y Omaira), por brindarme su apoyo y ayuda incondicional.

A mis hermanos (José Fidel y Yericá), por su colaboración y apoyo en todos estos años.

A mi tutora (Prof. Johanna Gutiérrez), por su paciencia, ayuda y aportes durante la realización del trabajo.

A todos los profesores que formaron parte de la especialización, por ofrecer sus conocimientos para mejorar profesionalmente.

A mis amigos y compañeros de grupo (Yudith, Vanessa y María Virginia), por hacer este tiempo de estudio más corto y divertido.

A los gerentes de las empresas constructoras que hacen vida en el Municipio Zea, por la colaboración prestada para la elaboración del plan de acción.

A todos un millón de gracias.....

INDICE GENERAL

	pp
DEDICATORIA.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
INDICE GENERAL.....	v
LISTA DE CUADROS.....	vii
LISTA DE GRÁFICOS.....	viii
RESUMEN.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO	
I EL PROBLEMA.....	4
Planteamiento del problema.....	4
Objetivos de la Investigación.....	8
Objetivo General.....	8
Objetivos Específicos.....	8
Justificación de la Investigación.....	8
Delimitación de la Investigación.....	10
II MARCO TEORICO.....	11
Antecedentes de la Investigación.....	11
Bases Teóricas.....	16
Responsabilidad Social Empresarial.....	16
Valores Organizacionales.....	20
Tipos De Valores.....	22
Valores Finales.....	23
Valores Instrumentales.....	23

Ámbito de Aplicación de la Responsabilidad Social en las Empresas.....	24
Requisitos para que una Empresa sea Socialmente Responsable.....	25
Alcances da la responsabilidad social empresarial de la empresa pública y las privada.....	27
III. MARCO METODOLOGICO	
Naturaleza de la Investigación.....	30
Tipo de Investigación.....	30
Diseño de la Investigación.....	32
Población y Muestra.....	33
Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos.....	34
Validez del Instrumento.....	35
Técnicas de Análisis y Procesamiento de Datos.....	35
IV. ANALISIS DE LOS RESULTADOS.....	36
V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	48
Conclusiones.....	48
Recomendaciones.....	50
VI. LA PROPUESTA.....	52
REFERENCIAS	59
ANEXOS.....	63

LISTA DE CUADROS

Cuadro		pp.
1	Valores Finales.....	23
2	Valores Instrumentales.....	24
3	Principios del Pacto Mundial.....	26
4	Operacionalización de las Variables.....	29
5	Distribución de Empresas Constructoras Encuestadas.....	34
6	Estadísticas Descriptivas de los Indicadores Valores Personales y Valores Éticos – Sociales.....	37
7	Estadísticas Descriptivas de los Indicadores Valores Éticos – Morales y Valores de Competencia.....	39
8	Estadísticas Descriptivas del Indicador Función Económica.....	41
9	Estadísticas Descriptivas del Indicador Calidad de Vida.....	43
10	Estadísticas Descriptivas del Indicador Inversión Social.....	44
11	Estadísticas Descriptivas del Indicador Solución de Problemas.....	46
12	Plan de Acción.....	56

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico		pp.
1	Distribución Porcentual de los Indicadores Valores Personales y Valores Éticos – Sociales.....	37
2	Distribución Porcentual de los Indicadores Valores Éticos – Morales y Valores de Competencia.....	39
3	Distribución Porcentual del Indicador Función Económica.....	41
4	Distribución Porcentual del Indicador Calidad de Vida.....	43
5	Distribución Porcentual del Indicador Inversión Social.....	45
6	Distribución Porcentual del Indicador Solución de Problemas.....	46

www.bdigital.ula.ve

República Bolivariana de Venezuela
Universidad de los Andes
Facultad de Arquitectura y Diseño
Programa de Especialización en
Gerencia de la Construcción de Edificaciones

**PLAN DE ACCION PARA LA IMPLEMENTACION DE LA RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS EN EL
MUNICIPIO ZEA ESTADO MERIDA**

Autor: Yessica Carolina Castro Bracho

Tutor: Johanna M. Gutiérrez V.

Fecha: Abril de 2016

RESUMEN

El propósito de la presente investigación consistió en crear un Plan de Acción para la Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial de Empresas Constructoras en el Municipio Zea Estado Mérida. Para este caso, se seleccionó el tipo de investigación descriptiva, con un diseño de campo no experimental transaccional. La población estuvo conformada por los 08 gerentes de las empresas constructoras del Municipio Zea. Con la finalidad de recabar información que permita dar respuesta a la formulación de los objetivos propuestos, se utilizó la técnica de la encuesta, siendo este un instrumento en forma de cuestionario diseñado bajo una escala de estimación tipo Likert, contentiva de 17 ítems con alternativas de respuestas de siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca. Para establecer la validación de los resultados del estudio, el instrumento se sometió a la validación de los expertos. Posteriormente los datos recabados acorde a la estadística fueron plasmados y se procedió a su respectiva interpretación, confrontando sus resultados con la fundamentación teórica que sustenta el estudio y la realidad observada por la investigadora.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresarial, Valores Organizacionales, Ámbitos de Aplicación.

INTRODUCCIÓN

Los constantes cambios a los que se encuentran sometido el mundo empresarial, ha llevado a las empresas privadas a estudiar su forma de operar, su distribución interna y su filosofía de gestión, en función de adaptarse a las solicitudes que el entorno les hace, garantizando su estabilidad a lo largo del tiempo.

Uno de los principios fundamentales del liberalismo clásico sostiene que el ser humano, como agente económico racional, observa las oportunidades presentes en su entorno y las explota en busca de un beneficio.

Vale referir lo que ocurre con la noción de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la cual surge como expresión de cambio en la concepción del modelo empresarial, a partir del reconocimiento de la necesidad de incorporar en sus objetivos, finalidades, en su gestión y en su definición misma, las preocupaciones sociales y ambientales, es decir, aspectos asociados a su dimensión externa, en una relación de complementariedad con su dinámica interna.

Generalmente las empresas, cuentan con un plan estratégico en el cual se plasman sus valores fundamentales. Los valores son la plataforma para la identidad y entendimiento de sus integrantes. Al hablar de valores en una organización, se describen modelos de conductas específicos que pueden reconocerse, transmitirse y apropiarse, así como también es utilizado para ordenar la relación entre sus miembros.

Los valores organizacionales son tomados, muchas veces, como juicios que realmente no inciden en el desempeño corporativo, pero si se consideran sus verdaderas trascendencias, los valores compartidos constituyen la raíz de la organización y generan ayuda para las personas y empresas que los ponen en práctica.

Ante los límites, debilidades e ineficiencia del Estado para atender las demandas ciudadanas en áreas tan fundamentales como salud, vivienda, educación, seguridad, ambiente o emprendimiento, que se traducen en crecientes problemas de gobernabilidad, la RSE se convierte en la respuesta del sector privado empresarial ante la sociedad a la que atiende, en la que presta sus servicios.

En función de ello, se hace necesario a través de la presente investigación, proponer un plan de acción para la implementación de la responsabilidad social empresarial, por parte de las empresas constructoras que prestan sus servicios en el municipio Zea, en pro de favorecer a las comunidades aledañas al entorno social que rodea estas organizaciones, cubriendo las necesidades más prioritarias de ellas.

Por lo antes planteado, el presente estudio fue organizado en Seis (6) capítulos:

En el Capítulo I, se describe el planteamiento del problema, objetivos, justificación y delimitación de la investigación.

En el Capítulo II, se presenta el marco teórico compuesto por los antecedentes, bases teóricas y el sistema de variables.

En el Capítulo III, se destaca el marco metodológico donde se expresa el tipo y diseño, población, muestra, técnicas de instrumento de recolección de datos y la técnica de análisis y procesamiento de los resultados.

En el Capítulo IV, se detalla el análisis y se interpretan los resultados de la investigación.

En el Capítulo V, se presentan las conclusiones y las recomendaciones de la investigación.

Por último en el Capítulo VI, se presenta el diseño de un plan de acción que las empresas podrán establecer como modelo, para la puesta en marcha

de actividades propias en lo que a implementación de la responsabilidad social empresarial se refiere.

Se espera que este estudio constituya una herramienta de utilidad para toda la gerencia estratégica de las pequeñas y medianas empresas constructoras del municipio Zea, buscando fortalecer sus propias prácticas de responsabilidad social empresarial como estrategia competitiva.

www.bdigital.ula.ve

CAPITULO I

EL PROBLEMA

Planteamiento del problema

La responsabilidad social empresarial en Venezuela, es hoy en día el reflejo de la creciente preocupación de muchos sectores en la construcción de una sociedad más equilibrada, de mayor bienestar social y de respeto a los derechos humanos. Es al mismo tiempo la expresión de una permanente lucha obligada por parte de la sociedad civil y de las organizaciones sociales en especial, para mantener abierta y activada una real dinámica democrática que se manifiesta en libertad de iniciativa social y económica, justicia y participación que hoy en día están bajo un permanente acoso y limitación por parte del poder estatal.

Por consiguiente, la responsabilidad social empresarial adquiere vital importancia y se ha convertido en una herramienta de competitividad, que implica generar prosperidad en el entorno de manera estratégica, actuar en redes con otras empresas y en equipo con los grupos de interés de las comunidades y los gobiernos locales, regionales y nacionales. También considera enfocar de manera sustentable incorporar desde la visión, la estrategia social como parte de la estrategia del negocio.

En este orden de ideas, es preciso citar a Borgucci (1999), el mismo señala que la responsabilidad social de la empresa “es el análisis y síntesis realizado por el conjunto de personas, las cuales con sus competencias cognitivas junto con las emotivas, perciben la organización, las tendencias adaptativas de complejidad, que las comprenden e interpretan, adaptando la empresa a los requerimientos esperados por la sociedad a la cual sirve”.

Sobre la base de las consideraciones anteriores, se infiere que el propósito de las organizaciones es eminentemente social, ya que las mismas tienden a proporcionar a la sociedad bienes y servicios, en virtud del cual queda legitimada su existencia ante la misma, luego serán aceptados por estas. En este sentido, en caso de producir los referidos bienes y servicios, la sociedad tiene el derecho de reclamárselos, y por último, deslegitimarlas. Estos bienes se obtienen desarrollando determinadas actividades cooperativas, donde se debe hacer la distinción entre los bienes internos a una actividad cooperativa y los que son externos a ella (Ferrer, 2001).

El enfoque de responsabilidad social empresarial plantea la necesidad de establecer una gestión organizacional basada en principios y valores que permitan desarrollar una relación ética y transparente con los actores internos y externos que enfrenta una organización. Tal relación se expresará en una preocupación permanente por los impactos generados en virtud de las actividades y propósitos principales declarados en su misión y visión, retroalimentando a todos y cada uno de los sistemas de gestión de una institución.

En este contexto, toda organización culturalmente estructurada ya sea de índole público o privado, ha de tener explícitamente definidos grupos de valores que sean compartidos por todas las personas que la constituyen y que orienten los objetivos de la misma. No obstante, tal como señalan García y Dolan (2003), “un valor es la creencia perdurable de una forma específica de conducta o condición final de existencia”, y un sistema de valores, “es una organización perdurable de convicciones o condiciones finales de existencia, paralelo o continuo de relativa importancia”.

En cuanto a la caracterización de los valores, los valores son ejes fundamentales por los que se orienta la vida humana y constituyen a la vez, la clave del comportamiento de las personas. Ese algo que da sentido a la

actuación individual y social, explica el desarrollo cultural de las comunidades, hace posible la convivencia y ese algo son los valores.

Para Méndez (2006), en la idea de identificar los elementos más resaltantes de la noción de RSE, parece que ya no es suficiente producir bienes, generar empleo y pagar impuestos para ser considerada una empresa como socialmente responsable. Las nuevas orientaciones, expectativas y exigencias muestran que no basta con relación a: **los accionistas**, cancelar dividendos sino realizar prácticas de transparencia; **los trabajadores**, realizar compensación salarial sino garantizar sus derechos humanos; **los proveedores**, asegurar su contratación sino apostar a su desarrollo económico; **los consumidores**, la calidad de los productos sino con promover el consumo consciente; **las autoridades**, cumplir con las regulaciones sino desarrollar nuevos esquemas de cooperación y, **las comunidades**, otorgar donaciones caritativas sino contribuir con el desarrollo social del país. En otras palabras, el reto lo constituye una gestión empresarial responsable, tanto en la dimensión interna como externa de la empresa, de forma consistente y congruente entre las acciones

Desde esta perspectiva, se describe la realidad existente en las empresas constructoras del municipio Zea, las cuales a pesar de formalizar su obligación de responsabilidad social empresarial, tal como lo estipula la Ley de Contrataciones ante cualquier ente público en el país, no poseen ninguna iniciativa propia de implementar la responsabilidad social empresarial como una estrategia gerencial dentro de las actividades organizacionales que ellas ejecutan, y que permitan brindar a la comunidad de ese municipio un aporte social en cuanto a las necesidades que puedan presentarse en diferentes ámbitos como educación, salud, cultura, deporte entre otros.

Teniendo como base lo antes expuesto, lo social como noción, como preocupación, conciencia ética, valor, filosofía de gestión o mecanismo de

vinculación con el entorno, más allá de los diferentes mecanismos de materialización en la realidad o de acción tangible, son las posibles causas que en un sector de empresas privadas, en este caso constructoras del municipio Zea no han incorporado a su estrategia empresarial o a sus políticas de vinculación con la sociedad.

En este sentido, es evidente que la comunidad presenta muchas necesidades sociales, que pueden ser cubiertas por empresas privadas a través de la RSE, como es el caso de las empresas constructoras, motivo por el cual han sido seleccionadas en la presente investigación, con el propósito de proponer un plan de acción para la implementación de la responsabilidad social empresarial por parte de dichas organizaciones, que hacen vida en el municipio Zea, enfocado a satisfacer las necesidades de la sociedad.

En atención a esta perspectiva, resulta imperioso diseñar un plan de acción para las empresas constructoras, con el fin de que exista una herramienta en estas organizaciones que permita la implementación de la relación ética entre la empresa privada y la sociedad que le rodea, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales. Asimismo, se busca definir la existencia de valores dentro de dichas organizaciones, desde la perspectiva de idea de los que es correcto o no, y de la conducta de las empresas en si, como para la sociedad desarrollando un cuerpo de normas que estén dispuestos a poner en marcha.

Con la intención de efectuar esta investigación y poder dar respuesta al planteamiento de este estudio, se han generado las siguientes interrogantes:

¿Cuáles son los valores organizacionales de las empresas constructoras del Municipio Zea, Estado Mérida?

¿Cuál es el ámbito de aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas constructoras del municipio Zea, estado Mérida?

¿Se aplica alguna herramienta que permita la implementación de la responsabilidad social empresarial por parte de las empresas constructoras en el municipio Zea, estado Mérida?

Objetivos de la Investigación

Objetivo General

Proponer un Plan de Acción para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de las empresas constructoras en el Municipio Zea.

Objetivo Específicos

Identificar los valores organizacionales existentes en las empresas constructoras del Municipio Zea para la implementación de la responsabilidad social.

Describir el ámbito de aplicación de la responsabilidad social empresarial de las empresas constructoras del Municipio Zea.

Diseñar un plan de acción para la implementación de la responsabilidad social empresarial de las empresas constructoras del Municipio Zea.

Justificación de la Investigación

La responsabilidad social empresarial es un tema de actualidad que se viene mencionando en el ámbito empresarial durante los últimos años, tanto en discursos, estudios, reportajes, modelos gerenciales, entre otros. La responsabilidad social empresarial se ha convertido en el punto de referencia para evaluar desde ciertos criterios una adecuada gestión empresarial.

La responsabilidad social empresarial es la voluntad de una empresa productiva por jugar de manera completa su papel de ser motor de desarrollo en la comunidad a la que pertenece aportando visión, valores, capacidades

especiales, recursos humanos y recursos financieros para un desarrollo económico, social y ambiental más equitativo y sostenible, tal como señala el Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, para que la gestión de una organización sea exitosa depende muchas veces de las acciones ejercidas por el personal que en ella labora, es por eso que se debe examinar críticamente los valores organizacionales, misión, visión, políticas y estrategias, para establecer un diagnóstico apropiado, e involucrar a todo el personal que directa e indirectamente pueden ayudar a implementarlo.

La investigación se justifica desde una perspectiva teórica, porque en ella se pretende profundizar, conocimientos sobre los ámbitos de aplicación y prácticas de la responsabilidad social empresarial, para ofrecer al personal el conocimiento necesario para la aplicación de dicho tema. Por consiguiente, se manifiesta la relevancia teórica que tiene el estudio, pues que se analizan autores diversos que refieren procesos y enfoques gerenciales a favor de la implementación de la responsabilidad social empresarial por parte de las empresas constructoras del municipio Zea, lo cual servirá como respuesta a esa complejidad creciente de cambios organizacionales en el país.

En el orden práctico, el estudio presentara recomendaciones que podrían servir de solución a posibles problemas en la gestión empresarial de empresas privadas, específicamente en la implementación de la responsabilidad social empresarial como base para el cambio organizacional, a través del logro de la eficacia de la organización. Por otra parte, la investigación se justifica metodológicamente ya que se diseñara un instrumento de recolección de datos válido y confiable, el cual será aplicado en la investigación a los sujetos poblaciones, el mismo generara información clara, y precisa, para efectos de medición de indicadores de la variable objeto de estudio; así mismo, con posterioridad este mismo instrumento puede ser aplicado a otro personal con las mismas características poblacionales.

Del mismo modo, la información obtenida como producto de esta investigación, así como sus instrumentos de medición y la operacionalización

de sus variables, podrán ser utilizados como base para otros estudios que surjan en torno al tema.

Delimitación de la Investigación

Desde el punto de vista temático, el estudio estará enfocado en un Plan de Acción para la implementación de la responsabilidad social empresarial de empresas constructoras. Respecto a la delimitación espacial, la investigación se realizara en el Municipio Zea, Estado Mérida; siendo su ubicación temporal en el II-2013, I-2016.

www.bdigital.ula.ve

CAPITULO II

MARCO TEORICO

El marco teórico tiene el propósito de dar a la investigación un sistema coordinado y coherente de conceptos y proposiciones que permitan abordar el problema. De este dependerá el resultado del trabajo. Significa poner en claro para el propio investigador sus postulados y supuestos, asumir los frutos de investigaciones anteriores y esforzarse para orientar el trabajo de un modo sistemático. A criterio de Santa y Martins (2006) “en él se amplía la descripción del problema pues permite integrar la teoría con la investigación y establecer sus interrelaciones” (p.67). En este se tratan aspectos tales como: antecedentes de la investigación, bases teóricas y la operacionalización de las variables.

Antecedentes de la Investigación

Esta investigación se realizará, a través de un minucioso esquema de recolección de información que permitirá captar la naturaleza específica del problema. En este sentido se procederá a la búsqueda de estudios realizados a fin de unificar criterios y ampliar la información para abordar el problema relacionado con la responsabilidad social empresarial. Por tal motivo, se consultaron algunos estudios afines, expresando así lo siguiente:

En primer lugar se tomó en consideración la investigación realizada por Boscán Bravo (2008), la cual se tituló “Responsabilidad Social Empresarial de las Alcaldías de los Municipios Maracaibo y San Francisco”. La presente investigación tuvo como propósito fundamental evaluar la responsabilidad Social Empresarial de los Municipios Maracaibo y San Francisco, y así determinar y analizar cuál es el beneficio sobre la comunidad

de dichos Municipios. El trabajo se enmarca dentro del tipo de investigación descriptiva, con un diseño no experimental, transaccional de campo.

El universo está compuesto por las Alcaldías de los Municipios Maracaibo y San Francisco, con una población de 12 Gerentes que representan los diferentes departamentos de los programas sociales de las Alcaldías y 240 personas escogidas en las comunidades que conforman las 24 Parroquias de los Municipios antes mencionados.

Para recolectar la información que dará respuesta a los objetivos propuestos, se diseñaron dos tipos de cuestionarios integrados por 22 y 13 Ítems, conteniendo un conjunto de preguntas sistematizadas cerradas tendientes a medir el objeto de estudio, el cual se sometió a juicio y validación de 5 expertos, se le aplicó el coeficiente de confiabilidad Alfa de Cronbach el cual fue de 0.94 y 0.90 para cada uno de los instrumentos aplicados a los gerentes y a la comunidad.

Entre las conclusiones se destacan las siguientes: se determinó que las Alcaldías cumplen con su gestión en función de su Responsabilidad Social, y las personas que desempeñan cargos dentro de la gerencia cumplen con todas las etapas que involucran el proceso de gestión, ya que de su eficiencia y las estrategias que utilice dependerá la obtención de buenos resultados, así como también el desarrollo de programas sociales en función de la responsabilidad social empresarial en torno a la calidad de vida que puede transmitir a la comunidad aportando donaciones de productos.

Ahora bien, se determinó que la percepción de la comunidad con respecto a los programas de responsabilidad social es negativa, ya que según la comunidad las Alcaldías no toman en cuenta sus expectativas y sus necesidades, a pesar de que los sujetos informantes de las Alcaldías en estudio señalaron que estos aspectos son tomados en cuenta para el

desarrollo de los planes sociales de la responsabilidad social empresarial para la comunidad.

De las ideas expuestas, anteriormente, es posible afirmar que el estudio realizado por Boscán Bravo (2008), será de gran utilidad para la investigación, pues el desarrollo de los objetivos propuestos en ella, facilitaran herramientas teóricas, las cuales serán consideradas al momento de estructurar el marco teórico, ya que ambas poseen como elemento de estudio la Responsabilidad Social Empresarial.

Adicionalmente se considera el estudio presentado por Mora (2007), quien realizo una investigación titulada “Programa de Responsabilidad Social Empresarial para las Comunidades del Municipio Jesús Enrique Lossada”. El objetivo de este estudio fue analizar los programas de Responsabilidad Social Empresarial para las comunidades del Municipio Jesús Enrique Lossada. La metodología utilizada fue de tipo descriptiva, prospectiva y de campo. La población fue conformada por 4 personas, representadas por los gerentes de los departamentos de desarrollo social de las empresas petroleras que operan en el Municipio Jesús Enrique Lossada y los líderes de los consejos comunales de dicho Municipio. Así mismo se llevó a cabo la recolección de datos a través de dos cuestionarios estructurados, integrados por 35 Ítems, conteniendo un conjunto de preguntas sistematizadas cerradas, tendientes a medir el objeto de estudio la cual se sometió a juicio y validación por 7 expertos.

La investigación arroja como conclusión que los programas de Responsabilidad Social abarcan las áreas de gestión de recursos humanos, salud y seguridad en el lugar de trabajo, adaptación al cambio, impacto ambiental, recursos naturales, por medio de programas que son desarrollados en torno a la calidad de vida de la comunidad, aportando donaciones de productos o servicios y subsidios para un mejor entorno socio-cultural.

La revisión de este estudio guarda relación con la variable programas de Responsabilidad Social Empresarial para las comunidades, además a nivel teórico servirá como fuente de consulta para enriquecer los fundamentos teóricos que se pretenden desarrollar. Igualmente presenta una visión macro sobre los programas de responsabilidad social por parte de las empresas hacia la comunidad, lo cual pudiera constituir una base de apoyo para el análisis de los resultados que se obtengan.

Igualmente, Azuaje (2007), realizó un estudio titulado “Competencias Conductuales Gerenciales relativas a la Responsabilidad Social Empresarial, presentes en los empleados de las empresas televisoras del Estado Zulia”. El objeto general de dicha investigación es determinar las Competencias Conductuales Gerenciales relativas a la Responsabilidad Social Empresarial presentes en los empleados que laboran en las empresas televisoras que operan en el Estado Zulia. Se sustenta en los aportes teóricos sobre competencias conductuales de Ansorena (2005) y sobre Capital Social de Silva (2005). Para llevar a cabo este estudio se efectuó una investigación descriptiva, de campo, de diseño no experimental, transaccional. La población estuvo conformada por 77 gerentes que laboran en la gerencia general, recursos humanos, producción, post producción, finanzas, administración, mercadeo y ventas de la empresas televisora.

Para la muestra se empleó el censo poblacional. Como técnica de recolección de datos se empleó una escala tipo Likert constituidas por 48 reactivos. Para el cálculo de la validez se empleó la modalidad de jueces expertos y para la confiabilidad Alfa de Cronbach, obteniéndose un coeficiente de 0.8918, lo que indica alta consistencia en los datos obtenidos, los mismos fueron analizados mediante estadísticas descriptivas. Los resultados evidenciaron que los gerentes cuentan con la meta habilidad integral; así mismo como habilidades operativas y evidenciando orientación

ambiental. Como habilidades interpersonales evidenciaron atención al cliente; así como también delegación, liderazgo, sensibilidad organizacional y visión.

Este antecedente constituye un aporte fundamental, ya que en él mismo se utilizó como guía en la construcción de la teoría sobre el plan de acción para el cumplimiento de la responsabilidad social en las empresas constructoras y así implantar de manera completa su papel de ser motor de desarrollo en la comunidad a la que pertenece aportando visión, valores, capacidades especiales, recursos humanos y recursos financieros para un desarrollo económico, social y ambiental más equitativo y sostenible.

Otro trabajo importante por destacar, es el desarrollado por Melean Urdaneta (2009) realizando un estudio titulado: "Satisfacción en las comunidades en torno a los programas de responsabilidad social empresarial emprendidos por la banca universal". Teóricamente el estudio se fundamentó en las doctrinas y teorías de responsabilidad social empresarial propuestas por la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), Chiavenato (2002), y a nivel de satisfacción necesidades, expectativas y percepción de acuerdo a los planteamientos de Kotter (2005) y Statan (2004). El tipo de investigación fue de tipo descriptiva; con un diseño de campo no experimental y transaccional.

La población objeto de estudio fue de 10 gerentes de las 5 principales agencias bancarias como son: Banesco, Mercantil, Venezuela, Provincial y Banco Occidental de Descuento. Se diseñó un instrumento utilizando la escala tipo Likert con preguntas sicotónicas conformado por 47 ítems para aplicarlas a ambos sujetos informantes. Su validación se obtuvo del juicio de 5 expertos en el área y la confiabilidad por el método de Alfa de Cronbach con el cual se desarrolló una prueba piloto, cuyo resultado arrojó un coeficiente de 0,81 de la prueba destinada a los gerentes y 0,73 de la aplicada a los miembros de la comunidad, lo que indica que es confiable.

En cuanto al procedimiento de los datos se utilizaron las estadísticas descriptivas concretamente absolutas y relativas, en ese sentido el estudio arroja como conclusión que la Banca Universal cumple con su compromiso social externo impulsando programas sociales en las comunidades que son ámbito de intervención logrando satisfacer las necesidades y expectativas; aunque existen oportunidades de mejora a nivel de monitoreo, eficacia que requieren particular atención.

En este sentido, la presente investigación sirve de aporte puesto que se utilizará como guía en la construcción de la teoría sobre un plan de acción en cuanto a la implementación de la responsabilidad social empresarial de las empresas constructoras que hacen vida en el municipio Zea, pudiéndose analizar el desarrollo de las bases teóricas, más las conclusiones y recomendaciones del estudio, como referencia para la redacción de las recomendaciones de este trabajo.

www.bdigital.ula.ve

Bases Teóricas

En el mundo de hoy está aumentando el número de ejecutivos, directores y empresarios en general que se están comprometiendo con la responsabilidad social empresarial, conscientes de que sus acciones y operaciones tienen un impacto profundo en la sociedad y de que hay que hacer algo para que dicho impacto sea positivo.

Responsabilidad Social Empresarial

El término de responsabilidad social empresarial ha sido definido de diversas maneras y le han sido atribuido diversos significados tales como el solo tener utilidades, ir más allá de la obtención de utilidades, las actividades voluntarias, la preocupación por el sistema social y la sensibilidad social Robbins y De Cenzo, (1998); Chamon y Amurrio, (2002).

Para Stoner, Freeman y Gilbert (1998) esta hace referencia a lo realizado por una organización y que afecta en la sociedad en donde existe.

De igual forma, Robbins y Coulter (2000), señalan que la responsabilidad social es “la obligación de un negocio, más allá de la requerida por la ley y la economía, de buscar metas a largo plazo que sean buenas para la sociedad” (p. 149).

Asimismo, Koontz y Weihrich (2004), definen a este término como “la seria consideración del impacto en la sociedad de las acciones de las compañías” (p.54), mientras que para Díez, García, Martín y Periañez (2001), la responsabilidad social de la empresa se entiende “la postura proactiva, u obligación voluntaria, que adoptan las empresas, con respecto a los grupos o agentes sociales con los que interactúa de manera que sus comportamientos estén orientados por criterios éticos” (p.67).

En otras palabras, la responsabilidad social empresarial implica para las empresas privadas adelantarse a cubrir las necesidades de los agentes sociales, que a su vez, involucra el compromiso de resolver problemas en el entorno que se desenvuelve con sus acciones de colaborar con el desarrollo de la sociedad; y todo ello, dentro de un marco ético.

En este sentido, en opinión del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible citado por Méndez (2003) la Responsabilidad Social Empresarial constituye un compromiso continuo de actuar éticamente y de contribuir al crecimiento económico, al mismo tiempo de mejorar la calidad de vida de la fuerza laboral junto a la de sus familias, la comunidad local y de la sociedad general. En general, alude a una estrategia con doble propósito, ya que, por un lado, logra éxito comercial aplicando valores éticos, al tiempo que respeta a las personas, comunidad y sociedad.

Esta responsabilidad social debe ser compartida por todos los departamentos de la empresa en la medida que les corresponda; agrega un

imperativo ético de hacer aquello que mejore a la sociedad y no lo que pudiera empeorarla.

Evidentemente, las organizaciones actualmente no pueden limitarse a la responsabilidad única de ofrecer bienes y servicios, sino como se argumenta, debe incrementar sus objetivos incorporando lo referente al entorno natural y social con el que potencialmente puede relacionarse. Para desarrollar esta responsabilidad deben tenerse en cuenta necesidades e intereses de los grupos sociales que puedan verse afectados por la actuación de la entidad.

Al respecto, Caravedo (1998) argumenta que la responsabilidad social empresarial busca integrar el sentido filantrópico, la necesidad de asegurar la lealtad de la comunidad, en la que se sienta la empresa, la búsqueda del incremento de la productividad del trabajo, y el interés en obtener utilidades, de manera permanente y estable en el tiempo.

Para Rochlin (2005), el objetivo de las empresas es contribuir a la construcción de una sociedad mejor y más sustentable ya que los directivos están comprendiendo que no se trata de maximizar las utilidades de los accionistas si estas se generan a costa de prácticas inadecuadas de negocios, de la degradación del medio ambiente o del uso de las prácticas éticas cuestionables. Sin embargo, indica que este enfoque presenta tres problemas: primero, suele tener, en el mejor de los casos, un enfoque inmedatista en cuanto a que las empresas se limiten solo a cumplir con las normas establecidas; en segundo lugar, y aquí radica el peligro mayor, que las leyes, normas y estándares entre diferentes países y sectores difieran entre si y que no reflejen realmente lo que es responsabilidad social, por lo que no bastaría con cumplir con ellas. Un tercer problema es la posibilidad de dejar de lado cualquier posibilidad de incorporar la responsabilidad social empresarial en las decisiones y conductas estratégicas que influirían en el futuro de la empresa.

Porto y Castroman (2006) sostienen que “ser socialmente responsable no significa limitarse a acatar las obligaciones jurídicas, sino que también es ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en capital humano, en el entorno y en las relaciones con los involucrados en las empresas” (p.67). Las organizaciones que emprendan este camino deben hacerlo a conciencia, evitando cumplir solo por apariencia, ya que la responsabilidad social empresarial es la contribución activa y voluntaria de las organizaciones para el mejoramiento social, económico y ambiental. Incluye un conjunto de prácticas, estrategias y sistemas de gestión empresariales que persiguen un nuevo equilibrio entre las dimensiones ética, social y ambiental.

Según Medina (2006) señala que la responsabilidad social empresarial es parte de la esencia de la empresa y debe estar inscrita en la misión y la visión de la misma, implicando un cambio integral e invirtiendo en ello los recursos y esfuerzos necesarios para realizar un proyecto de renovación de la imagen corporativa por convencimiento propio, permitiendo la participación activa de los involucrados ya que se trata de la búsqueda de la calidad de todas sus acciones.

En tal sentido, puede considerarse que una empresa socialmente responsable es aquella que tiene un compromiso consciente y congruente para cumplir íntegramente con la finalidad de la empresa tanto en lo interno (trabajadores, accionistas, autoridades) como en lo externo (clientes, proveedores, medio ambiente, gobierno, entre otros), considerando las expectativas de todos los participantes en lo económico, social o humano y en lo ambiental, demostrando el respeto por los valores éticos, la gente, las comunidades, el medio ambiente y para la construcción del bien común (Porto y Castroman, 2006).

Valores Organizacionales

De manera general, la ética es una auténtica necesidad tanto para la empresa como para la sociedad. Por ello, es imposible eludir las cuestiones éticas de los negocios, como tampoco es posible excluirla en otros aspectos de la existencia humana, por el contrario, constituye una de las cuatro dimensiones básicas de la existencia humana, junto con el sentido de lo estético, lo religioso y lo verdadero, lo que se manifiesta en todas las culturas integrando de esta manera la convivencia de los seres humanos (Siliceo y González, 2004).

La ética empresarial “consiste en el descubrimiento y la aplicación de los valores y normas compartidos por una sociedad pluralista, al ámbito peculiar de la empresa” (Cortina, 1996, p.89).

Cuando se habla de la ética de la organización implica que ella recibe la influencia del entorno, y en ocasiones los directivos toman decisiones que desde el punto de vista economicista son válidas y ellos justifican, pero desde el punto de vista moral son incorrectas. De manera que, si bien es cierto que el contexto es vital pero cambiante, no se puede tomar una actitud pasiva sino que las organizaciones deben contribuir gestionando a través de valores socialmente compartidos.

El generar o agregar valor al proceso organizacional a través de la ética y la responsabilidad social empresarial, entendida como parte del modelo de gestión, conlleva el tener una mirada del entorno y de las operaciones a largo plazo e integrada a las diversas dimensiones implicadas en el proceso. Las aristas sociales, económicas y ambientales articuladas con eficiencia y eficacia a la organización son fundamentales para que esta pueda existir y alcanzar sus objetivos más allá del beneficio inmediato.

En una primera aproximación para estudiar a profundidad los valores compartidos como integrantes de la ética empresarial, debe analizarse en

primer lugar, a los valores, ya que toda organización es en inicio un sistema de valores.

Los valores han sido definidos de diversas maneras, particularmente, para Ortega y Minguéz (2001), representan modelos ideales de realización personal, que el hombre intenta a lo largo de su vida plasmar en su conducta, sin llegar a agotar nunca la realización de los mismos.

Es por ello, señalan los citados autores (2001), que el valor es como una creencia básica a través del cual se interpreta el mundo, se da significado a los acontecimientos y a la propia existencia del ser humano. En tal sentido, el valor al igual que la creencia, no es solo idea es también convicción; como tal, es estable, permanente, objetivo, universal, dinámico, cambiante, relativo y subjetivo.

De igual manera, los valores son entendidos por Silíceo, Cesares y González (1999) como las concepciones prácticas heredadas o si es el caso, innovadas por las generaciones presentes, en las cuales la sabiduría colectiva descubre que se juegan los aspectos más fundamentales de su sobrevivencia física, desarrollo humano, seguridad presente y de su voluntad de trascender al tiempo mediante de sus sucesores.

Guédez (2002) señala que los valores son la conjugación de creencias y conductas, son creencias motivadoras y conductas orientadas; estos proporcionan las bases de toda la cultura de una sociedad. Los valores vienen siendo los parámetros que guían la conducta de los individuos, ya sea en su vida como en su relación con la sociedad, brindándole sentido y finalidad a su existencia.

Por su parte, para García y Dolan (1997), la palabra valor en castellano, tiene tres diferentes acepciones, las cuales son complementarias y aluden a la dimensión ético-estratégica, económica y psicológica de dicha palabra.

Así, en la dirección de la primera, se definen los valores como “aprendizajes estratégicos relativamente (García y Dolan, 1997, p.63), a los efectos de lograr que las cosas salgan bien; en la dirección económica, los valores son criterios utilizados para evaluar las cosas en cuanto a su relativo merito, adecuación, escasez, precios o interés; encontrándose en este ámbito el concepto de “cadena de valor”, el cual se refiere al conjunto de actividades (logística, operaciones, marketing, entre otras), desempeñadas en la empresa y que añaden o restan valor hasta configurar el valor total del producto.

En la dimensión psicológica, señalan García y Dolan (1997), se entiende como aquella “cualidad moral que mueve a acometer resueltamente grandes empresas y afrontar sin miedo los peligros”. De esta manera, con base en las tres dimensiones mencionadas, los citados autores (1997, p.65) conceptualizan el termino valor como “elección estratégica de un determinado principio de conducta (...) o algo generador de conductas que permiten asumir riesgos” (p.65).

En virtud de ello, los valores son esencialmente prioridades basadas en la integridad o elecciones. Están presentes en lo que hace o no hace el ser humano, en las cosas a las que está acostumbrado y es capaz de tolerar el mismo, los cuales se encuentran basados en alternativas reales y en una consideración genuina de sus consecuencias. Son expresados de manera pública y abierta, actuados de manera repetida, y defendidos cuando van contra el autointerés personal.

Tipos De Valores

Toda organización culturalmente estructurada ha de tener explícitamente definidos dos grandes grupos de valores que sean compartidos por todas las personas que la constituyen y que orienten los

objetivos de la misma cotidianamente. De acuerdo con García y Dolan (1997), los valores se dividen en finales e instrumentales.

1.- Valores Finales.

Son aquellos relacionados con los objetivos existenciales, asociados con la visión y misión de toda organización. Estos valores se subdividen en dos tipos: personales y éticos-sociales. Los personales son aquellos a los que aspiran el individuo para sí mismo y responde a la pregunta de ¿Qué es para usted lo más importante en la vida? Los valores éticos-sociales constituyen aspiraciones o propósitos que benefician a toda la sociedad, tales como el respeto medioambiental o respeto de los derechos humanos.

Cuadro 1. Valores Finales

VALORES FINALES (Objetivos existencias)	
Valores Personales ¿Qué es para usted lo más importante en la vida?	Vivir, felicidad, salud, salvación, familia, éxito o realización personal, tener prestigio, demostrar estatus, bienestar material, sabiduría, amistad, trabajo, ser respetado, demostrar valía, amor, entre otros.
Valores Éticos-Sociales ¿Qué quiere usted para el mundo?	Paz, supervivencia ecológica del planeta, justicia social, entre otros.

Fuente: García y Dolan (1997) La Dirección por Valores, p.67

2.- Valores Instrumentales.

Estos valores se asocian a la forma de pensar y de hacer las cosas con que la organización pretende afrontar las demandas del entorno e integrar sus tensiones internas para alcanzar su visión y misión. Son entendidos como modos de conductas adecuados o necesarios para alcanzar las finalidades del ser humano o valores existenciales.

Los valores instrumentales pueden clasificarse en dos tipos: ético-morales y de competencia. Los valores éticos-morales se refieren a los modos de conductas necesarios para alcanzar nuestros valores finales, y no son necesariamente en sí mismo fines existenciales.

Los valores de competencia son otros de los valores instrumentales, mas individuales, aunque socialmente también están condicionados y no están directamente relacionados con la moralidad ni la culpabilidad.

Cuadro 2. Valores Instrumentales.

VALORES INSTRUMENTALES (medios operativos para alcanzar los valores finales)	
Valores éticos-morales ¿Cómo cree que hay que comportarse con quienes lo rodean?	Honestidad, educación con los demás, sinceridad, responsabilidad, lealtad; solidaridad, confianza mutua, respeto de los derechos humanos, entre otros.
Valores de Competencia ¿Qué cree que hay que tener para poder competir en la vida?	Cultura, dinero, imaginación, lógica, buena forma física, inteligencia, belleza, capacidad de ahorro, iniciativa, pensamiento positivo, constancia, flexibilidad, vitalidad, simpatía, capacidad de trabajo en equipo, coraje, vida sana, entre otros.

Fuente: García y Dolan (1997) La Dirección por Valores, p.67

Ámbito de Aplicación de la Responsabilidad Social en las empresas

Según Certo (2002), citado por Rodríguez y Uzcategui (2007), establece que las empresas deben desarrollar los siguientes ámbitos para ser socialmente responsables en el sentido amplio del concepto:

1. **Ámbito de función económica:** producción de bienes y servicios que la comunidad necesita, creación de empleos, pago de salarios justos,

capacitación, seguridad e higiene en el trabajo y garantía de seguridad de los trabajadores.

2. **Ámbito de calidad de vida:** se enfoca a si la organización está mejorando o degradando la calidad general de vida de la sociedad. Esto implica las relaciones con los trabajadores, clientes y proveedores, preservación del medio ambiente o nivel general de vida.
3. **Ámbito de inversión social:** se refiere al grado en que la organización invierte tanto recursos materiales como humanos para resolver problemas de la comunidad en materia de educación, cultura, deporte y arte, entre otras.
4. **Ámbito de solución de problemas:** es el grado en el que la organización trata los problemas sociales tales como la planeación comunitaria a largo plazo y llevar a cabo estudios sobre las problemáticas sociales.

www.bdigital.ula.ve

Requisitos para que una Empresa sea Socialmente Responsable

Según el Centro Mexicano para la Filantropía, para que una empresa sea socialmente responsable debe cumplir con los siguientes ámbitos (Porto y Castroman, 2006):

1. Contribuir a la calidad de vida de la gente dentro de la organización.
2. Cuidar y preservar el medio ambiente.
3. Desempeñarse con un código de ética.
4. Vincularse con la comunidad a partir de la misión de la organización, pero también de los bienes y servicios producidos.

En tal sentido, puede decirse que una empresa es socialmente responsable si practica todos los ámbitos nombrados, de lo contrario si

practican alguno de ellos entonces solo están realizando acciones de compromiso empresarial, pero no puede decirse que sean socialmente responsables en el sentido amplio del concepto.

En esto coinciden Sánchez, Placencia y Pedroza (2007) al afirmar que es necesario advertir la diferencia entre el compromiso empresarial y la responsabilidad social, pues puede ser que las empresas estén realizando inversiones sociales, generalmente a través de fundaciones, y no necesariamente estar cumpliendo con los ámbitos que integran la responsabilidad social empresarial.

Desde la perspectiva del Pacto Mundial, la responsabilidad social empresarial propone introducir en la gestión de la empresa sus diez principios enmarcados en cuatro áreas de trabajo: derechos humanos, normas laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Cuadro 3. Principios del Pacto Mundial

4 AREAS	PRINCIPIOS	ASPECTOS DE GESTION EMPRESARIAL
DERECHOS HUMANOS	P1: Protección de los derechos humanos P2: Vigilancia de la no vulneración de los derechos humanos	Prevención de riesgos laborales Promoción de la salud del empleado Planes de formación Protección de datos Comunicación con el cliente Gestión de la cadena de suministro
NORMAS LABORALES	P3: Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva P4: Eliminación del trabajo forzoso o realizado bajo coacción P5: Erradicación del trabajo infantil P6: Abolición de prácticas discriminatorias en el empleo y la	Comunicación fluida con el empleado Planes de igualdad Políticas de conciliación familiar y laboral Integración de colectivos en riesgos

	ocupación	de exclusión
MEDIO AMBIENTE	P7: Protección del medio ambiente P8: Responsabilidad ambiental P9: Desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente	Sensibilización en medio ambiente Programa de reducción de consumos y residuos Formación medioambiental del empleado Desarrollo y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente
LUCHA CONTRA LA CORRUPCION	P10: Políticas anti corrupción contra el soborno y la extorsión	Gestión de riesgos en corrupción Desarrollo de políticas de transparencia

Alcances da la responsabilidad social empresarial de la empresa pública y las privadas

www.bdigital.ula.ve

En los últimos años la Responsabilidad Social ha adquirido un gran protagonismo en todos los ámbitos sociales y empresariales, condicionando también el modelo de desempeño de la Administración Pública.

Las administraciones públicas, y por ende sus empresas, pueden desempeñar un papel fundamental en el impulso de la responsabilidad social empresarial desde tres perspectivas: como ente regulador, como propietario/gestor de empresas y como comprador/usuario de bienes y servicios. Por ello, debe mantener y liderar un comportamiento ejemplar y aspirar a la excelencia.

Mediante el desarrollo de políticas activas de responsabilidad social empresarial, definidas y alineadas con la estrategia de la empresa, se logrará reforzar la contribución a la sostenibilidad del sistema, además de potenciar la integridad, la transparencia, el compromiso social, la eficiencia y, como

efecto de todo ello, la reputación de la empresa y, por extensión, del sector público.

El sector público puede y debe asumir un papel protagonista como líder y motor del desarrollo de la responsabilidad social, incorporando los criterios éticos, sociales y ambientales en las decisiones de compra y contratación, lo que además, impulsaría la adopción de dichos criterios por parte de las empresas contratadas o proveedores e incluso por los licitadores privados.

El “Estudio sobre la responsabilidad social empresarial en la empresa pública” refleja que la mitad de las empresas públicas está incorporando cláusulas sociales y medioambientales en sus políticas de selección de proveedores, y una de cada cinco prevé implementarlo a corto plazo.

Existen tres tipos de cláusulas que pueden impulsarse en la contratación pública: las cláusulas éticas, las cláusulas sociales o laborales y las cláusulas ecológicas o ambientales. Este tipo de cláusulas pueden ser configuradas como condiciones especiales de ejecución del contrato (adjudicación) o como criterios para valorar las ofertas.

Cuadro 4. Operacionalización de la variable

Proponer un Plan de Acción para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial de las empresas constructoras en el Municipio Zea.

Variables	Dimensión	Sub-dimensión	Indicadores	Items
Responsabilidad Social Empresarial	Valores Organizacionales	Valores Finales	-Valores Personales - Valores Éticos-Sociales	1-2 3-4
		Valores Instrumentales	- Valores Éticos-Morales - Valores de Competencia	5-6 7
Responsabilidad Social Empresarial	Ámbito de Aplicación		- Función Económica - Calidad de Vida - Inversión social - Solución de problemas	8-9-10 11-12-13 14-15 16-17
Responsabilidad Social Empresarial	Diseño del plan de acción			

Fuente: Castro (2016)

CAPITULO III

MARCO METODOLÓGICO

Toda investigación de carácter científico requiere aplicar procedimientos, técnicas y métodos durante la ejecución del estudio. Según Belestrini (2002), el marco metodológico se define, como la instancia referida a los métodos, las diversas reglas, registros, técnicas y protocolos con los cuales una teoría y su método calculan las magnitudes de lo real. De allí pues, que se debió plantear el conjunto de operaciones técnicas a incorporar en el despliegue de la investigación en el proceso de la obtención de los datos. Para la indagación, la metodología a aplicar comprende: naturaleza de la investigación, tipo de investigación, diseño, población, muestra, técnicas e instrumento para la recolección de datos y análisis de datos.

Naturaleza de la Investigación

En cuanto a la naturaleza del estudio, el presente trabajo adopta un paradigma cuantitativo, ya que su objeto estuvo dirigido a Proponer un Plan de Acción para la Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial de Empresas Constructoras en el Municipio Zea. De acuerdo a Navarro (2009) los estudios cuantitativos “se fundamentan en un proceso deductivo, al plantear hipótesis para su posterior comprobación, permite medir variables que pueden describirse en valores numéricos”, es decir, emplean el análisis estadístico para responder las preguntas de investigación planteadas.

Tipo de Investigación

Para construir la investigación; se seguirán los lineamientos establecidos en los procesos de estudio proyectivos, dado que el objetivo de la misma es proponer un plan de acción para la implementación de la

responsabilidad social empresarial por parte de las empresas constructoras prestadoras de servicios en el Municipio Zea.

Según el Manual de trabajos de grado de especialización y maestrías y tesis doctorales de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (2011), hace su aporte significativo en referencia a este tipo de investigación, describiendo los siguientes aspectos:

El proyecto factible consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de unos modelos operativos viables para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; pueden referirse a la formulación de políticas, programa, tecnologías métodos o procesos. El proyecto debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades.

En este orden de ideas, el proyecto factible, propone soluciones a una situación determinada a partir de un proceso de indagación, implicando explorar, describir, explicar y proponer alternativas de cambio. De allí, que el estudio estará orientado a generar alternativas de solución a través de la propuesta un plan de acción para la implementación de la responsabilidad social empresarial

En ese sentido, Hurtado de Barrera, (2008), infiere “Un proyecto factible consiste en diseñar algo que permita resolver un problema práctico, pero ese diseño no requiere de una investigación previa para ser elaborado, puesto que el diseñador basa su trabajo en su conocimiento profesional y en la experiencia previa”. En efecto el estudio esta intencionado a diseñar un plan de acción destinado a la implementación de la responsabilidad social empresarial por parte de las empresas constructoras que hacen vida en el Municipio Zea.

Diseño de la Investigación

Una vez delimitado el tipo de investigación, se pasa a definir el diseño con el cual se abordará la investigación. Según Hurtado (2008) el diseño de la investigación “se refiere a donde y cuando se recopila la información, así como la amplitud de la información a recopilar, de modo que se pueda dar respuesta a la pregunta de investigación de la forma más idónea posible”. (p. 147), el investigador en atención al problema evento o hecho a investigar, los objetivos y tipo de estudio selecciona el plan o estrategia. Continuando el orden de ideas, para alcanzar los objetivos del estudio y contestar las interrogantes que se han planteado, se seleccionó un diseño de campo no experimental transaccional.

En tal sentido, Finol y Camacho (2006) señalan que: “el diseño de campo se refiere los métodos a emplear cuando los datos de interés se recogen en forma directa de la realidad, estos datos obtenidos de la experiencia empírica, son llamados primarios (datos de primera mano)” (p.61). En cuanto a los estudios no experimentales Hernández y otros (2006) sostienen que los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su ambiente natural para luego analizarlos, se definen como no experimentales.

Agregan, los citados autores que “si en la investigación se recolectan datos en solo momento, en un tiempo único, el diseño es transaccional o transversal”. (p.151).

En resumen, se puede señalar que se trató de una investigación descriptiva, con un diseño de campo, no experimental y transversal, orientada a estudiar una problemática en particular, sostenida bajo un soporte bibliográfico de distintos autores. A su vez, fue de campo porque la información fue extraída de la realidad. Basada en los datos obtenidos por la misma autora, a través de la aplicación de instrumentos a los diferentes

actores involucrados en el aporte de información primaria clave, en un periodo determinado.

Población y Muestra

Otro aspecto a considerar dentro del marco metodológico de la presente investigación está relacionado con la delimitación de la población o universo de estudio. Balestrini, (2006) la define como: “cualquier conjunto de elementos de los que se quiere conocer o investigar alguna o algunas de sus características” (p. 140). En tal sentido, la población o universo de interés para la presente investigación estuvo conformada por los gerentes de las empresas constructoras del municipio Zea, estado Mérida.

En cuanto a la muestra, Arias (2006) indica que la misma “es una fracción representativa del conjunto poblacional que se elige con el fin de investigar las propiedades de la cual procede” (p. 49). A efectos del presente estudio, se consideró a 08 gerentes que dirigen las empresas constructoras que hacen vida en el municipio Zea.

En tal sentido, la población es totalmente accesible y por ende se podrá trabajar con la totalidad de la misma, por ser esta finita y pequeña. En consecuencia, en el estudio planteado no se realizará el proceso de muestreo puesto que a criterio de Hurtado (2008), “este no se ejecuta cuando la población es conocida, se pueden identificar sus integrantes, y es accesible, de tal manera se posibilita ubicar todos sus miembros, debido a que es relativamente pequeña” de modo que puede ser abarcada en el tiempo y con los recursos del investigador; razón por la cual, no se hace necesario un muestreo para una población de menos de 100 integrantes.

Cuadro N° 5

Distribución de Contratistas Encuestadas

NOMBRE DE LA EMPRESA	Nº DE ENCUESTADOS
Ferreconstrucciones Dioma C.A Rif. J- 405402032	1
Asociación Cooperativa Ing Proplan R.L Rif. J-31043688-6	1
Distribuidora Nayalith Rif. V-14917076-2	1
Asociación Cooperativa Hermanos Cocotero R.L Rif. J-403705763	1
Asociación Cooperativa de Obras Ingenieriles Rif. J-400009262-0	1
Construcciones y Distribuidora Gilver Rif: V-055824670	1
Grupo Ingvea C.A Rif: J-40076555-2	1
Asociación Cooperativa Thacarbriel R.L Rif: J-29611676-8	1

Fuente: Castro (2016)

Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Una vez establecida la población a estudiar y enmarcada la presente investigación en el diseño de campo, se procederá a establecer las técnicas e instrumentos de recolección de datos. Para Curcio (2002) “las técnicas se refieren al camino a través del cual se establecen las relaciones o mediaciones instrumentales entre el investigador y el consultado, para la recolección de datos y el logro de los objetivos”. (p. 114). En este caso, para la obtención de la información necesaria y establecer las interrogantes, se utilizó la técnica de la encuesta, y como instrumento el cuestionario. El cual,

según Hurtado (2000) “es un instrumento que agrupa una serie de preguntas relativas a un evento, situación o temática particular, sobre el cual el investigador desea obtener información”, el mismo estuvo estructurado en base a 17 ítems con alternativas de respuestas siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca.

Validez del instrumento

Según Barrantes (2002) “la validez es la capacidad del instrumento de producir medidas adecuadas y precisas para permitir extraer conclusiones correctas. También busca que los hallazgos puedan ser aplicados a grupos similares.” (p. 69). En cuanto a la investigación objeto de estudio, el instrumento fue validado bajo la técnica de juicio de expertos; al respecto se necesitó la opinión de tres validadores, especialistas en gerencia y metodología asignados por la universidad para tal fin, quienes evaluaron el instrumento antes de su aplicación, tomando en cuenta la presentación, contenido y relación con las variables; para así garantizar la efectividad de la información.

Técnica de Análisis y Procesamiento de Datos

Según Curcio (2002) el análisis y procesamiento de datos consiste en “determinar qué resultados de las variables se presentarán y qué relaciones entre estas variables se necesitan, a fin de dar respuesta al problema y a los objetivos” (p. 119). En el estudio planteado, los resultados obtenidos fueron representados en cuadros estadísticos, por dimensión, a los cuales se les incluirá su respectiva frecuencia y porcentaje, para visualizar estos datos se elaboraron gráficos y posteriormente se realizó un análisis descriptivo para facilitar la redacción de conclusiones y formulación de recomendaciones derivadas de la investigación.

CAPITULO IV

ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Los resultados que se presentan a continuación surgen de la aplicación del instrumento de recolección de datos y su tabulación, para posteriormente proceder a su organización y seguidamente al análisis de los mismos, dando respuesta a una serie de objetivos que se plantearon al inicio de la investigación considerando sus dimensiones, sub-dimensiones e indicadores según la variable en estudio.

En este sentido, es necesario resaltar que el análisis de los datos se realizó en base a las estadísticas descriptivas de frecuencia absoluta y relativa, de acuerdo con los cuadros presentados en este capítulo, esta medida estadística permitirá determinar qué tan lejos o cerca estamos de darle solución a los objetivos planteados según los resultados obtenidos en la aplicación de los instrumentos.

Los resultados para el instrumento, se muestran con representaciones gráficas en forma circulares con valores porcentuales que se detallarán en orden correlativo según el número de ítems.

El análisis se desarrollará interpretando cada una de las preguntas del cuestionario aplicado, en el cual se presentará por indicadores, los cuales permitieron establecer sumatorias de frecuencia absoluta y relativa, estos pueden ser observados en los cuadros construidos para tal fin.

Asimismo, se expresa la opinión de la investigadora soportado por las bases teóricas, con el desarrollo de análisis descriptivos cualitativos de los resultados y como los resultados obtenidos dan respuesta a los objetivos planteados.

A continuación los cuadros detallados basados en la estadística descriptiva por los indicadores y la distribución porcentual de los mismos.

Variable: Responsabilidad Social Empresarial

Dimensión: Valor Organizacionales

Sub-Dimensión: Valores Finales

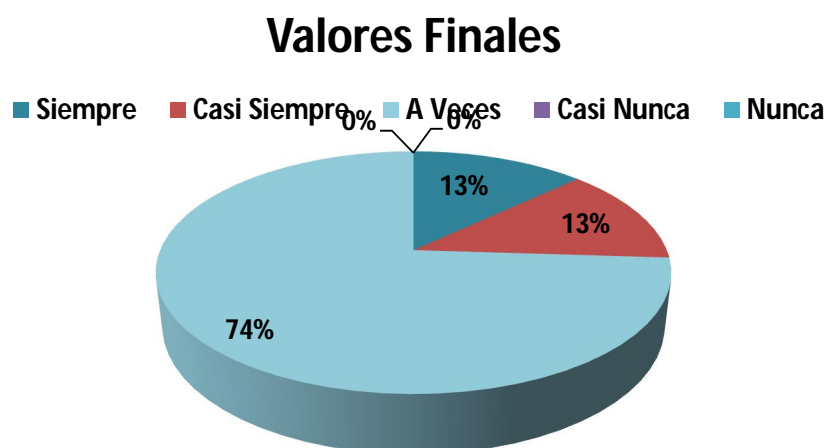
Cuadro 6.

Estadísticas Descriptivas de los Indicadores Valores Personales y Valores Éticos – Sociales

	S	%	CS	%	AV	%	CN	%	N	%	Total
Valores Personales	3	18	2	13	11	69	0	0	0	0	16
Valores Éticos – Sociales	1	6	2	13	13	81	0	0	0	0	16
Σ	4		4		24		0		0		32
Porcentaje	13		13		74		0		0		100%

Fuente: Castro (2016)

Gráfico 1. Distribución Porcentual de la Sub-dimensión Valores Finales



Fuente: Castro (2016)

En torno a los resultados obtenidos en el cuadro 6 respecto a la variable Responsabilidad Social Empresarial, la dimensión Valores Organizacionales y tomando en cuenta la sub-dimensión Valores Finales se puede destacar que un 69% de los gerentes de las empresas constructoras encuestadas, consideran que a veces están al tanto de lo que es más importante en su vida y además a veces consideran importante valores como felicidad, salud, familia, éxito, realización personal, amor, amistad, respeto entre otros valores personales, sin embargo se logra observar que un 18% y 13% manifiestan que siempre o casi siempre saben lo que es más importante en su vida y la importancia que tiene la práctica de valores personales en ella.

De igual manera para el indicador valores éticos – sociales, se puede enfatizar que un 81% de la muestra seleccionada expresó que a veces les gustaría brindar aportes a la comunidad y al entorno, y que si se diera el caso a veces le gustaría brindar aportes a la comunidad en cuanto a supervivencia, ecología, justicia social entre otros valores éticos - sociales observando con preocupación cómo solo un 13% dice que siempre y otro 06% que casi siempre les gustaría brindar aporte aportes sociales a la comunidad.

En este sentido, los resultados obtenidos dan respuesta al objetivo de la investigación sobre los valores organizacionales de las empresas constructoras que hacen vida en el Municipio Zea, debido a que se pudo determinar que las mismas solo a veces ponen en práctica el indicador valores personales (felicidad, salud, familia, éxito, realización personal, amor, amistad, respeto entre otros) y el indicador valores éticos – sociales (supervivencia, ecología, justicia social) en un 70% y 80% respectivamente. Cabe destacar, que en la actualidad las empresas deben orientarse a cumplir normas para fortalecer sus valores.

Según Pelekais y Aguirre (2008) “En la filosofía reciente, se le ha definido a los valores como normas de conductas y actitudes según las cuales se comporta el ser humano, que son coherentes con aquello que se considera correcto y que dan forma a la manera de ser y de sentir, en ellos se encuentra

una dimensión subjetiva, pero también otra objetiva; los valores son manifestaciones humanas, son parte del hombre, de lo social, de la cultura y de la experiencia personal” (pág. 69).

Variable: Responsabilidad Social Empresarial

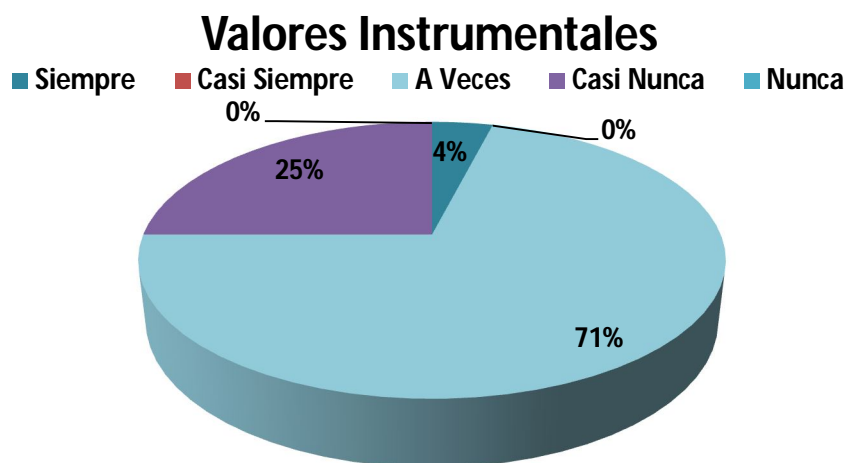
Dimensión: Valor Organizacionales

Sub-Dimensión: Valores Instrumentales

Cuadro 7. Estadísticas Descriptivas de los Indicadores Valores Éticos – Morales y Valores de Competencia

Indicadores	S	%	CS	%	AV	%	CN	%	N	%	Total
Valores Éticos – Morales	1	6	0	0	9	56	6	38	0	0	16
Valores de Competencia	0	0	0	0	8	100	0	0	0	0	8
Σ	1		0		17		6		0		24
Porcentaje	4		0		71		25		0		100%

Fuente: Castro (2016)



Fuente: Castro (2016)

En el cuadro 7 se representan los resultados para la dimensión denominada Valores Organizacionales, en el caso concreto de la subdimensión Valores Instrumentales, donde se puede observar que para el indicador Valores Éticos - Morales un 56% de los sujetos encuestados manifiesta que, a veces su conducta es adecuada a los valores establecidos en la sociedad que lo rodea, además que también a veces valores como la honestidad, sinceridad, responsabilidad, lealtad, confianza mutua, respeto entre otros, son necesarios para alcanzar sus fines, de igual manera se observa con mucha preocupación que un 38% manifiesta que casi nunca su conducta es adecuada y solo un 04% indica que siempre su conducta y valores son adecuados a la sociedad que los rodea. En el caso del indicador valores de competencia el 100% de la población indican que a veces creen que para ser competitivos en la vida es indispensable poseer cultura, dinero, imaginación, lógica, buena condición física, inteligencia, iniciativa, coraje, entre otros.

Dentro de este marco, se puede destacar que al momento de analizar los resultados obtenidos y relacionarlos con el objetivo de la investigación, se pudo observar que los valores instrumentales que son medios operativos para alcanzar los valores finales están presentes solo a veces en los gerentes de las empresas constructoras del Municipio Zea teniendo en cuenta que los valores constituyen una dimensión importante en la organización.

Para García (2011), los valores organizacionales son conscientemente impulsado desde la propiedad y la dirección de la empresa para hacer explícitos los valores finales e instrumentales que ha de construir el conjunto de la organización, seguido de acciones de coherencia igualmente explícitas para poner en práctica, evaluar y mejorar continuamente la efectividad de esta nueva construcción cultural en búsqueda de una triple salud económica, ética y emocional de la empresa.

Variable: Responsabilidad Social Empresarial

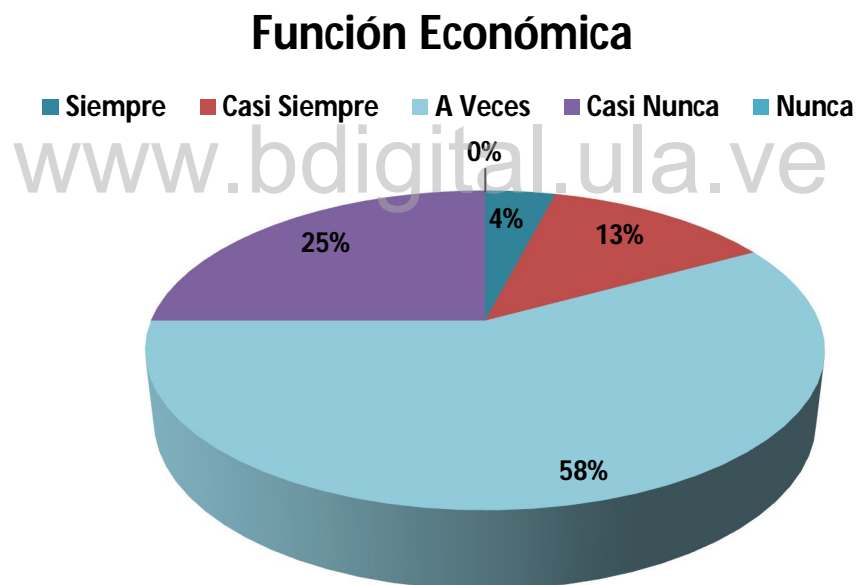
Dimensión: Ámbito de Aplicación

Cuadro 8. Estadísticas Descriptivas del Indicador Función Económica

Indicador	S	%	CS	%	AV	%	CN	%	N	%	Total
Función Económica	1	4	3	13	14	58	6	25	0	0	24
Σ	1		3		14		6		0		24
Porcentaje	4		13		58		25		0		100%

Fuente: Castro (2016)

Gráfico 3. Distribución Porcentual del Indicador Función Económica



Fuente: Castro (2016)

Al analizar los resultados del cuadro 8, donde la dimensión es el Ámbito de Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, se puede observar que para el indicador Ámbito de Función Económica el 58% de los encuestados manifiestan que a veces consideran que las empresas

constructoras producen los bienes y servicios que la comunidad necesita, que también a veces crea empleos con salarios justo y la capacitación que necesitan los trabajadores y además solo a veces cuenta la empresa con normas de higiene en el trabajo y garantía de seguridad de los trabajadores.

De igual manera un 25% indicó que las empresas constructoras casi nunca crean empleos con salarios justo y la capacitación que los trabajadores necesitan, aunado a ello un 13% manifestó que casi siempre produce bienes y servicios que la comunidad necesita, pero un 4% piensa que las empresas constructoras siempre cumplen con los ítem establecidos para el indicador ámbito de la función económica.

Según el análisis anterior, los resultados obtenidos le dan respuesta al objetivo sobre el ámbito de aplicación de la responsabilidad social empresarial en las empresas constructoras del Municipio Zea, puesto que se estableció que desde el ámbito de la función económica, el cual está relacionado con la producción de bienes y servicios y la creación de empleo, que las empresas constructoras solo a veces contribuyen al desarrollo de los trabajadores y al mismo tiempo los trabajadores, con sus ingresos, puedan fomentar el desarrollo de las comunidades donde radican.

Las empresas generan empleos y pagan sueldos y salarios, que según (Barroso, 2007), contribuyen al desarrollo de los trabajadores y mejoran su calidad de vida. Al mismo tiempo los trabajadores, con sus ingresos, fomentan el desarrollo de las comunidades donde radican. El mejoramiento de las habilidades de comunicación en la empresa, el aumento de la autoestima, el manejo de las finanzas personales, el trabajo en equipo y la prevención de adicciones, generan impacto positivo en las organizaciones.

Variable: Responsabilidad Social Empresarial

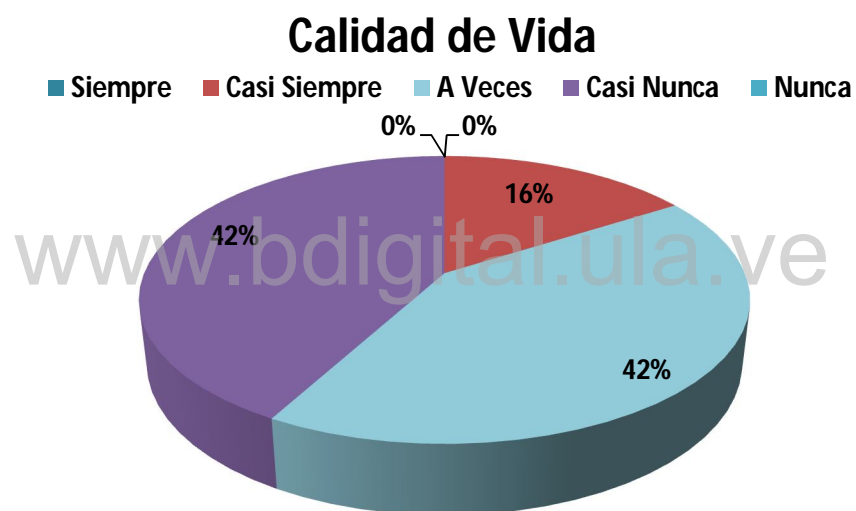
Dimensión: Ámbito de Aplicación

Cuadro 9. Estadísticas Descriptivas del Indicador Calidad de Vida

Indicador	S	%	CS	%	AV	%	CN	%	N	%	Total
Calidad de Vida	0	0	4	16	10	42	10	42	0	0	24
Σ	0		4		10		10		0		24
Porcentaje	0		16		42		42		0		100%

Fuente: Castro (2016)

Gráfico 4. Distribución Porcentual del Indicador Calidad de Vida



Fuente: Castro (2016)

Los resultados plasmados en el cuadro 9, donde se sigue analizando la dimensión Ámbito de Aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial, correspondiente al indicador Calidad de Vida se pudo constatar que un 42% de los encuestados manifiestan que a veces se realizan acciones orientadas a bienes y servicios producidos por la empresa para mejorar la calidad de vida de la sociedad, más sin embargo un porcentaje igual al mencionado antes, 42% consideran que casi nunca se realizan acciones orientadas a relaciones de calidad con sus trabajadores, clientes y proveedores, no obstante se pudo

observar que un 16% manifiesta que casi nunca toman en cuenta la preservación del medio ambiente o nivel general de vida al momento de realizar sus actividades.

Partiendo de lo anteriormente expuesto, los resultados le dan respuesta al objetivo planteado debido a que las empresas constructoras solo a veces o casi nunca contribuyen con la calidad de vida la cual está relacionada con las condiciones de las relaciones con los trabajadores, los sindicatos, los clientes, los proveedores, el medio ambiente y el gobierno de sociedad del municipio Zea.

Bajo ese contexto, Cox y Dupret (2002), señalan que existen políticas empresariales (habitualmente bajo la forma de códigos de conducta) que apuntan directamente a la satisfacción del cliente, describiendo ciertos estándares de calidad para los productos, normas de conducta ética (privacidad de los datos personales, integridad del personal). En segundo lugar, indirectamente, las empresas que mejoran su funcionamiento social interno aseguran en la mayoría de los casos un servicio más adaptado a lo que pide el cliente.

Variable: Responsabilidad Social Empresarial

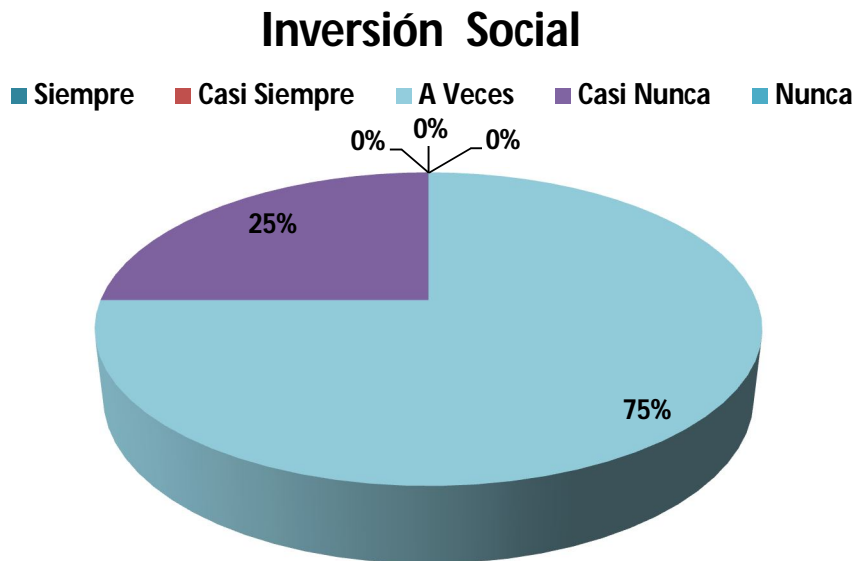
Dimensión: Ámbito de Aplicación

Cuadro 10. Estadísticas Descriptivas del Indicador Inversión Social

Indicador	S	%	CS	%	AV	%	CN	%	N	%	Total
Inversión Social	0	0	0	0	12	75	4	25	0	0	16
Σ	0		0		12		4		0		16
Porcentaje	0		0		75		25		0		100%

Fuente: Castro (2016)

Gráfico 5. Distribución Porcentual del Indicador Inversión Social



Fuente: Castro (2016)

De acuerdo al cuadro 10, es de notar como la mayoría de los sujetos encuestados representados por un 75% expresa que a veces la empresa constructora que dirige, aporta recursos tanto humanos como materiales para resolver problemas de la comunidad del municipio Zea, mientras que un 25% manifiesta que casi nunca la empresa brinda algún aporte a la comunidad en materia de educación, cultura, deporte o arte.

Por tal motivo se puede destacar que al momento de analizar los datos obtenidos y relacionarlos con el objetivo, se acuerda que los resultados dan respuesta, dado que los gerentes no realizan inversión social, que no es más que las contribuciones de la empresa en materia de educación, salud y medio ambiente para sus comunidades, y de llegar a realizarlo sería a veces.

Asimismo, Bruni y Col. citados por Diez (2007), comentan que resulta ilógico que una empresa no vincule su inversión y acciones sociales a su razón de ser. El no relacionar la Responsabilidad Social Empresarial a la misión, implica su poca trascendencia dentro de la empresa o su poca importancia.

Variable: Responsabilidad Social Empresarial

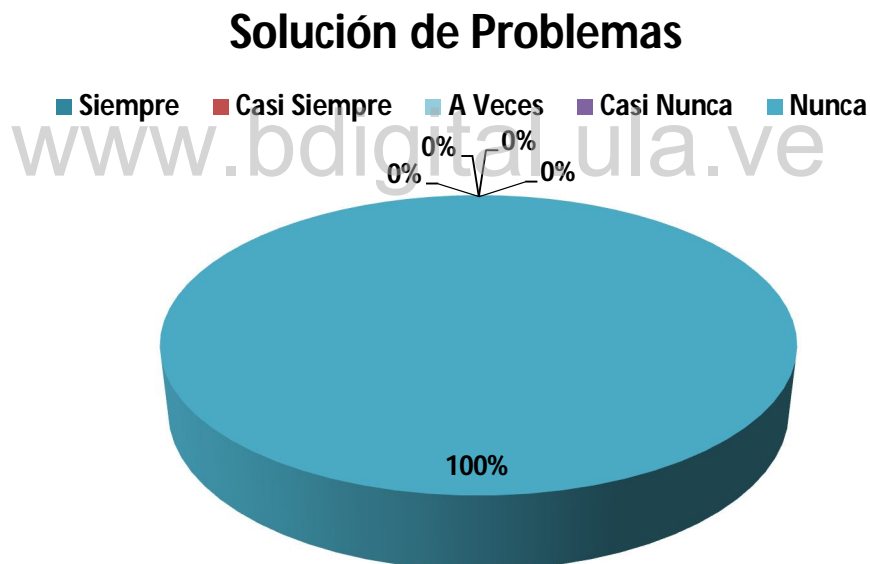
Dimensión:Ámbito de Aplicación

Cuadro 11. Estadísticas Descriptivas del Indicador Solución de Problemas

Indicador	S	%	CS	%	AV	%	CN	%	N	%	Total
Solución de Problemas	0	0	0	0	0	0	0	0	16	100	16
Σ	0		0		0		0		16		16
Porcentaje	0		0		0		0		100		100%

Fuente: Castro (2016)

Gráfico 6. Distribución Porcentual del Indicador Solución de Problemas



Fuente: Castro (2016)

Tal y como se aprecia en el cuadro 11, el 100% de los gerentes de las empresas constructoras involucradas en la investigación, expresan que estas organizaciones nunca han contado con ningún plan comunitario diseñado para tratar los problemas sociales que se presentan en la comunidad del municipio Zea, de igual manera las empresas nunca han llevado a cabo algún estudio

para identificar las problemáticas sociales a corto y largo plazo que pueden satisfacer las necesidades de la población.

Los resultados para el indicador solución de problemas dan respuesta al objetivo, debido a que indiscutiblemente las empresas constructoras prestadoras de servicios en el municipio Zea, no cuentan con un plan de Responsabilidad Social Empresarial diseñado en función a la necesidades sociales de la comunidad y además ni siquiera han realizado algún tipo de sondeo para por lo menos identificar dichas necesidades.

Según Certo (2002), citado por Rodríguez y Uzcategui (2007), establece que las empresas deben desarrollar los ámbitos para ser socialmente responsables en este sentido el ámbito de solución de problema es el grado en el que la organización trata los problemas sociales tales como la planeación comunitaria a largo plazo y llevar a cabo estudios sobre las problemáticas sociales.

www.bdigital.ula.ve

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Partiendo del análisis de los resultados y relacionándolos con las teorías sobre la variable en estudio, se concluye que el término Responsabilidad Social Empresarial es de gran importancia y relevancia debido a que hace referencia a todo lo realizado por una empresa para lograr sus objetivos organizacionales y que influye en la sociedad que le rodea.

Al determinar los rasgos de la responsabilidad social que deberían estar presentes en las empresas constructoras que prestan sus servicios en el Municipio Zea, se puede concluir que los gerentes de dichas empresas no siempre realizan su trabajo teniendo en cuenta valores organizacionales, por lo que no siempre consideran valores personales como lo son saber que es lo más importante en su vida o la importancia de valores éticos sociales como felicidad, salud, familia, éxito, realización personal, amor, amistad, respeto entre otros. Por otro lado, en las empresas no se observa disposición por cumplir normas para fortalecer la honestidad, la solidaridad y la confianza en la comunidad que los rodea.

En las diversas caracterizaciones teóricas que sobre la RSE se realizan en la actualidad, se evidenciaría como punto en común el convencimiento de que la organización empresarial debe cambiar su estructura, su filosofía y su gestión estratégica, en función de un entorno social que está demandando, cada día más, una mayor participación frente a las carencias de la ciudadanía.

La tesis de quienes sostienen que referirse a la “responsabilidad”, supone un tema estrictamente personal, es decir, el empresario, el accionista, el socio, el gerente, y su postura ética ante una realidad, y no de una

responsabilidad cobijada bajo el manto empresarial o corporativo, resultan de especial interés, por el peso notable de la voluntad, el compromiso y la convicción individual del sujeto organizacional, y su decisión de ejecutar o no, de promover o no esa acción social.

No basta con realizar prácticas de RSE para ser socialmente responsable, sino que hay que cumplir con el concepto completo, en este caso, los cuatro ámbitos propuestos por Certo (2002), y citados por Rodríguez y Uzcategui (2007), por lo que se pudo concluir que ninguna de las 08 empresas constructoras prestadoras de servicios en el Municipio Zea, que han sido objeto de estudio en la presente investigación cumplen estos ámbitos dentro de la ejecución de sus actividades. Aunque para los autores ser socialmente responsable es mejorar las condiciones del trabajador (ámbito 1), es decir la producción de bienes y servicios que la comunidad necesita, creación de empleos, pago de salarios justos, capacitación, seguridad e higiene en el trabajo y garantía de seguridad de los trabajadores y de la comunidad donde operan (ámbito 4), que no es más que el grado en el que la empresa trata los problemas sociales tales como la planeación comunitaria a largo plazo y llevar a cabo estudios sobre las problemáticas sociales y las acciones a tomar se orientan más a los esfuerzos hacia la obtención de una mejor imagen ante el cliente (ámbito 3), ya que la organización debe invertir tanto recursos materiales como humanos para resolver problemas de la comunidad en materia de educación, cultura, deporte y arte, entre otras. Llama la atención la poca identificación del concepto de RSE con el cuidado y preservación del medio ambiente (ámbito 2), es decir las relaciones con los trabajadores, clientes y proveedores en la preservación del medio ambiente o nivel general de vida y que algunos de los entrevistados piensen que con que a veces realicen actividades sociales en cualquiera de los ámbitos antes mencionados baste para ser socialmente responsable.

Los gerentes de estas empresas sienten que es necesaria la responsabilidad social y que se obtienen beneficios, pero no hay congruencia entre lo que ellos piensan que es y lo que hacen para ser socialmente responsables, lo cual indica que desconocen el concepto o que, por diversas razones, no lo aplican totalmente.

Si las empresas buscan las ganancias solamente podrá estar en riesgo en todo momento. En cambio sí practican la RSE en el sentido amplio del concepto, las ganancias serán el resultado de su compromiso hacia todos y la sociedad, serán la recompensa de su compromiso social, lo cual ha sido posible en empresas de gran éxito y que son socialmente responsables.

Recomendaciones

En vista de que los resultados obtenidos en la investigación arrojaron ciertas debilidades en algunos indicadores de los valores organizacionales de la responsabilidad social en las empresas constructoras del municipio Zea, lo que trae como consecuencia algunas carencias en el desempeño de los Gerentes, por ende en el compromiso social de dichas empresas, se proceden a que se tomen en consideración las siguientes recomendaciones:

- Incorporar valores organizacionales a sus trabajadores, significados y símbolos compartidos con los se puedan identificar para así mejorar el desempeño y sus relaciones con el entorno que les rodea.

- Se necesita que el trabajador participe más en los asuntos de la organización especialmente donde él es más competitivo, haciendo tareas complejas, resolviendo problemas en situaciones variadas y manifestando un buen nivel de autorresponsabilidad.

- Es importante incorporar en los programas de extensión cursos y proyectos sociales que contribuyan a difundir el tema de la Responsabilidad Social Empresarial en los ámbitos económicos, de calidad de vida, inversión social y solución de problemas, con el propósito de promover la producción

de conocimientos enmarcados dentro del ámbito social. El resultado a obtener puede ser la formación de individuos socialmente responsables, la generación de conocimientos e investigaciones que se orienten al desarrollo sostenible y la participación social de su personal tanto administrativo como obrero.

- Se sugiere que las empresas constructoras incluyan dentro de sus actividades organizacionales, estrategias orientadas a cubrir las necesidades latentes presentes en los diferentes ámbitos sociales de su entorno, con el propósito de proyectar una imagen corporativa positiva en la comunidad beneficiada.

- Se propone que la empresa considere la RSE como una forma de gestión y de hacer negocios, en la cual la organización se ocupe de que sus operaciones sean sustentables en lo económico, en lo social y en lo ambiental, reconociendo los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona buscando la preservación del medio ambiente y la sustentabilidad de las generaciones futuras.

www.bdigital.ula.ve

CAPITULO VI

PROPUESTA DE INVESTIGACIÓN

La responsabilidad social empresarial (RSE) es el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida. La adopción de la filosofía RSE en las empresas, comienza por el acogimiento de políticas formales y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental, la transparencia informativa respecto de los resultados alcanzados en tales ámbitos y, finalmente, el escrutinio externo de los resultados.

Esta propuesta constituye una herramienta fundamental, debido a que surge de la necesidad de proponer un plan de acción que permita a las empresas constructoras, contar con una herramienta para la implementación de la responsabilidad social empresarial, necesidad que se evidencia existe dentro de estas organizaciones luego de los resultados obtenidos en la presente investigación, información que fue recabada por parte de los gerentes de cada empresa contratista.

El diseño del plan de acción estará basado en los análisis realizados en base a los resultados haciendo énfasis en valores organizacionales y las funciones en los diferentes ámbitos de la responsabilidad social empresarial.

Justificación

Porto y Castromán (2006), sostienen que ser socialmente responsable no significa limitarse a acatar las obligaciones jurídicas, sino ir más allá de su cumplimiento invirtiendo más en el capital humano, en el entorno y en las relaciones con los involucrados en las empresas.

Es por ello, que las organizaciones deben tomar conciencia y no solo invertir en responsabilidad social por cumplir con una norma legal, sino que deben ir más allá, contribuyendo de manera voluntaria y activa en el entorno que las rodea para el mejoramiento social, económico y ambiental. Con la implementación de estrategias diseñadas a invertir e integrar sus esfuerzos y recursos en la búsqueda de calidad de vida.

La justificación primordial de la presente propuesta es propiciar una mejor calidad de vida para todas las personas de la comunidad del municipio Zea, a través de la difusión y practica de valores tanto personales como éticos, morales y sociales. Promoviendo interna y externamente la importancia de la implementación de la responsabilidad social empresarial velando por el cumplimiento en los aspectos de salud, educación y medio ambiente y de esta manera fortaleciendo un desarrollo, social y ambientalmente sostenible y económicamente viable, propiciando entornos seguros, saludables y adecuados.

Objetivo General

Diseñar un plan de acción para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de las empresas constructoras prestadoras de servicios en el Municipio Zea.

Objetivos Específicos

Seleccionar valores organizacionales aplicables a las empresas constructoras del Municipio Zea.

Implantar estrategias de integración de las empresas constructoras del Municipio Zea en los diferentes ámbitos de aplicación de la responsabilidad social empresarial.

Fundamentación

Fundamentación Teórica:

Para fundamentar la propuesta, se ha utilizado bibliografía concerniente a la responsabilidad social empresarial, consultando fuentes actualizadas acerca de valores organizacionales, ámbitos de aplicación en lo económico, la calidad de vida, inversión social y solución de problemas, donde se expresa el deber de las organizaciones en el cumplimiento de la responsabilidad social empresarial, propiciando así entornos seguros, saludables y adecuados.

Fundamentación Institucional:

Desde su inicio y durante el desarrollo de la investigación se contó en gran medida con la colaboración de las empresas constructoras del Municipio Zea, apoyando la propuesta y mostrando interés en su diseño, considerando que a través de la implementación de un plan de acción, se logrará que las empresas constructoras cumplan con su deber en el desarrollo social de la comunidad que las rodea.

Factibilidad de la Propuesta

Factibilidad Institucional y Social:

Las empresas constructoras prestadoras de servicios en el municipio Zea, están ganadas a apoyar e implementar la presente propuesta, además la misma podrá ser tomada como buenas prácticas para otras empresas que no estén ligadas directamente con el ámbito de la construcción y adaptarla a sus funciones y necesidades.

Estructura de la Propuesta

La presente propuesta se sustenta en el análisis de los resultados obtenidos de los sujetos objeto de estudio, y dada la importancia que significa

para las empresas, velar por la implementación del compromiso de la responsabilidad social empresarial, que toda organización tiene en pro del desarrollo de la calidad de vida de las personas.

Basado en ello, entonces se procede a estructurar el diseño de la propuesta con la finalidad en primer lugar, de mejorar el crecimiento académico y profesional y en segundo lugar para fortalecer el crecimiento económico-social en la comunidad del municipio Zea, aparte de eso con la perspectiva de que sea tomada como guía para otros investigadores que propongan nuevos proyectos a futuro.

La presente propuesta consta de un objetivo general y dos objetivos específicos cada uno con un propósito, estrategias y metas, además se define la factibilidad de la propuesta para su aplicación y puesta en marcha por parte de las empresas constructoras en el Municipio Zea.

www.bdigital.ula.ve

Tabla 1: Diseño de la Propuesta

Objetivo General: Diseñar un plan de acción para la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de las empresas constructoras prestadoras de servicios en el Municipio Zea.

Objetivo	Seleccionar valores organizacionales aplicables a las empresas contratista en el Municipio Zea	
Propósito	Que el personal administrativo y obrero de las empresas constructoras adquieran y exterioricen valores y principios de conductas, necesarias para alcanzar sus aspiraciones como individuo, las de su entorno social y las de la empresa.	Optimizar los valores éticos
Estrategia	Diseñar charlas y talleres sobre <i>valores personales</i> (Familia, éxito, bienestar, sabiduría, amistad, trabajo, respeto, amor) <i>éticos sociales</i> (Paz, supervivencia ecológica del plantea, justicia social) <i>éticos morales</i> (Honestidad, educación, sinceridad, responsabilidad, lealtad; solidaridad, confianza mutua) y <i>de competencia</i> (Cultura, imaginación, lógica, inteligencia, iniciativa, constancia, flexibilidad, simpatía, capacidad de trabajo en equipo, coraje, vida sana)	Motivar al personal a modificar su conducta en el trabajo incorporando criterios éticos con el fin de que se ajusten mejor a los requerimientos de un cumplimiento exitoso.
Recurso	<ul style="list-style-type: none"> - Humano - Tecnológico (computadoras, video beam, Internet) - Material impreso - Financieros 	<ul style="list-style-type: none"> - Humano - Material impreso - Financieros
Tiempo	Trimestral	Semestral
Meta	Lograr que el personal administrativo y obrero de las empresas constructoras conozcan modos de conductas adecuados o necesarios para alcanzar las finalidades del ser humano o valores existenciales.	Brindar información oportuna al personal de la empresa sobre los beneficios ofrecidos.

Objetivo	Crear estrategias de integración para las empresas constructoras del Municipio Zea, en los diferentes ámbitos de aplicación de la responsabilidad social empresarial.		
Propósito	Promocionar el bienestar social y de los beneficios otorgados por la empresa al personal administrativo y obrero.	Contribuir al sano esparcimiento y recreación de la comunidad y la sociedad en general.	Lograr condiciones ambientales óptimas, a través de la sensibilización de la sociedad, con actividades como siembra de árboles, reciclajes de materiales entre otras.
Estrategia	Generar campañas informativas por medio de correos electrónicos o publicidad interna, en carteleras de la empresa sobre la planificación de cualquier actividad de esparcimiento.	Diseñar programas de inversión en temas de cultura, deporte, salud y educación.	Sensibilizar a la sociedad a través de programas de reducción de consumos y residuos, formación medioambiental del empleado y difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.
Recurso	<ul style="list-style-type: none"> - Humano - Tecnológico (computadoras, video beam, Internet) - Material impreso - Financieros 	<ul style="list-style-type: none"> - Humano - Financieros 	<ul style="list-style-type: none"> - Humano - Tecnológico (computadoras, video beam, Internet) - Material impreso - Financieros
Tiempo	Trimestral	Semestral	Cuatrimestral
Meta	Brindar información oportuna al personal de la empresa sobre los beneficios ofrecidos.	Cumplir el compromiso con la comunidad mejorando la calidad de vida en general, con el aporte de parte de la utilidad obtenida por los servicios prestados.	Mantener el medio ambiente en condiciones idóneas y agradables.

Fuente: Castro (2016)

REFERENCIAS

ARIAS, F (2006).EL PROYECTO de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5^o Edición, Venezuela, Editorial Episteme.

BALESTRINI, A. (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5^o EDICION, VENEZUELA, EDITORIAL EPISTEME.

BARRANTES E. (2012). Investigación: Un Camino al Conocimiento. Un Enfoque Cualitativo y Cuantitativo. San José de costa rica. Editorial Universidad Estatal a distancia (EUNED).

BORCUCCI (1999). La Lógica del Mercado y el Comportamiento ético de la Empresa. En: REVISTA TELOS. REVIST DE ESTUDIOS INTERDISCIPLINARIOS. VOLUMEN 1 (2). EDICIONES ASTRO DATA, S.A. MARACAIBO, VENEZUELA. (315-326).

CARAVEDO, B. (1998). Responsabilidad social de la empresa: un eje para cambiar el país. Primera edición. Editores Perú 2012. SABE.PERU. (en línea). Consultada en: www.sase.com.pe/publicaciones.

CHAMON, JORGE Y AMURRIO, JUAN (2002). Responsabilidad social de la Organización. Montevideo (en línea). Biblioteca digital de la Iniciativa Interamericana de Capital Social, ética y desarrollo. Consultada en: www.aid/org/etica/sp4321/dochit.cfm?docindex=210.

CORREDOR, J. (2005). " El Cambio de Paradigma en la Visión ética de la Gestión pública". X congreso internacional del CLAD, Santiago, Chile.

COX, SEBASTIAN. YDUPRET, XAVIER. (2004). La Responsabilidad Social Corporativa como Aporte a la Ética y a la Probidad Pública.

CURCIO, C. (2012). Investigación cuantitativa. Una perspectiva Epistemológica y Metodológica. Colombia. Editorial kinesis.

DIEZ, E; GARCIA, J; MARTIN, F Y PENIAÑEZ, R (2001). Administración y Dirección. Mc Graw Hill. España.

FERRER, J (2001). Presencia del Componente Ético en Sectores de Actividad Industrial. Ediciones Astro, Data, S.A, Venezuela.

FINOL de FRANCO Y CAMACHO H. (2006). El Proceso de Investigación Científica. Editorial de la Universidad del Zulia Ediluz. Maracaibo. Venezuela.

GARCIA, S y DOLAN, S. (1997). La Dirección por Valores. Editorial Mc Graw Hill, Madrid.

GARCIA, S. y DOLAN, S. (2003). La Dirección por Valores. El Cambio más allá de la Dirección por Objetivos. España: Mc Graw Hill.

GARCÍA, S. y DOLAN, S. (2003). La Dirección por Valores. Madrid, España. Editorial McGraw-Hill Interamericana de España, S.A.

GARCÍA S. (2011). Dirección por Valores (DpV). Editorial Fundación.

GUEDEZ, V (2002). La Ética Gerencial. 2⁰ Edición. Editorial Planeta, Venezuela.

GUIA PRÁCTICA. “Estrategias de Responsabilidad Social en Empresas Publicas”. Fundación Garriques. Diciembre 2012.

HERNANDEZ R, FERNANDEZ C, y BATISTA P. (2006) Metodología de la Investigación. Colombia. Panamericano. Formas e Impresos S.A.

HURTADO DE BARRERA. (2007). El proyecto de investigación (5ta) Ed. Metodología de investigación Holística. Caracas Venezuela. Editorial Quiròn.

HURTADO J. (2008). Metodología de la Investigación Holística. 2^o Edición. Caracas. Venezuela. Fundación SYPAL.

KOONTZ, H y WEIHRICH, H. (2004). Administración, Una Perspectiva Global. 12^o Edición. Editorial Mc Graw Hill. México.

Manual de Indicadores de Responsabilidad Social Empresarial, Catedra BATT CCA de Empresa Social y Responsabilidad Social Empresarial, Modelo Integral INCAE, Pág. 4.

MEDINA, L.M (2006).” La Responsabilidad Social de la Empresa”. Congreso Anual de la Academia de Ciencias Administrativas A.C. (ACACIA). Universidad Autónoma de San Luis Potosí. San Luis Potosí.

MENDEZ, CH (2003). Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela durante el Siglo XX. Primera Edición. Graficas Acea. Caracas, Venezuela.

MENDEZ, CH (2006). Una lectura sociológica del tema RSE, desde Venezuela. Ponencia presentada en la 2da Sesión Plenaria: Capacitación, formación y Responsabilidad Social en el marco del XIX Seminario

Internacional de la Asociación Iberoamericana de Sociología de las Organizaciones (AISO). Caracas, Venezuela.

ORTEGA, P y MINGUEZ R. (2001). Los Valores en la Educación, Editorial Ariel, S.A, España.

PELEKAIS, C., AGUIRRE, R. (2008). Hacia una Cultura de Responsabilidad Social. Pearson Educación México S.A. de C.V.

PORTO, N. y CASLOMAN, J. (2006). "Responsabilidad Social": Un Análisis de la Situación Actual en México y España.

ROBINS, S y DE CENZO, D. (1998). Fundamentos de la Administración. Conceptos y Aplicaciones. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. México.

ROBBINS, S y COULTER, M (2000). Administración. 7^o Edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. México.

ROCHLIN, S (2005). "Llevar la Responsabilidad Corporativa al ADN de su Empresa". Harvard Business Review. Vol. 83, Número 8, pp31-38.

SANCHEZ, L.A.; PLACENCIA, M y PEDROZA, A. "Diagnostico Exploratorio del Nivel de Responsabilidad Social Empresarial Percibido por las Empresas Involucradas en el Bioluster de Occidente".

SANTA P y MARTINS F. (2006). Metodología de la Investigación Cuantitativa. Caracas. Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador.

SILICEO, A; CASARES, D y GONZALEZ, J. (1999). Liderazgo, Valores y Cultura Organizacional. Hacia una Organización Competitiva. Editorial Mc Graw Hill, México.

SILICEO, A y GONZALEZ, J (2004). Pasión por el Futuro. Una nueva planeación estratégica fundada en valores. Mc Graw Hill Interamericana Editores, S.A. México.

STONER, J, FREEMAN, R y GILBERT, D. (1998). Administración. 6^o Edición, Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. México.

UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA EXPERIMENTAL LIBERTADOR. (2011). Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales. (4ta.ed). Caracas. Venezuela: FEDEUPEL.

www.infoautonomo.com. www.bdigital.ula.ve Ámbito de Aplicación.

**REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO
PROGRAMA DE ESPECIALIZACIÓN EN
GERENCIA DE LA CONSTRUCCIÓN DE EDIFICACIONES**



**UNIVERSIDAD
DE LOS ANDES**

VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

Ciudadano (a)

Presente:

Encarecidamente agradecemos su colaboración en calidad de especialista para los efectos de la validación del presente instrumento, dirigido a los gerentes de empresas constructoras del Municipio Zea Estado Mérida. En tal sentido, dada la capacidad, experiencia profesional, sus opiniones y observaciones referidas serán de beneficio y utilidad para el desarrollo de la investigación.

Muchas Gracias....

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título del Trabajo de Grado:

PLAN DE ACCION PARA LA IMPLEMENTACION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS EN EL MUNICIPIO ZEA ESTADO MERIDA

CRITERIO	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	SUFICIENTE	DEFICIENTE
Presentación del instrumento				
Claridad de la redacción de los ítems				
Pertinencia de los ítems con los objetivos				
Pertinencia de los ítems con los indicadores				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

Validado por: Edmary A. Martínez M. **C.I.:** 15.135. 880

Profesión: Licda. en Administración de Empresas Agropecuarias

Lugar de Trabajo: UNESUR

Cargo que Desempeña: Docente Universitario Ordinario

Firma

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título del Trabajo de Grado:

PLAN DE ACCION PARA LA IMPLEMENTACION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS EN EL MUNICIPIO ZEA ESTADO MERIDA

CRITERIO	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	SUFICIENTE	DEFICIENTE
Presentación del instrumento				
Claridad de la redacción de los ítems				
Pertinencia de los ítems con los objetivos				
Pertinencia de los ítems con los indicadores				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

Validado por: Dorelis Bracho **C.I.:** 15.135.231

Profesión: Licda. en Administración de Empresas Agropecuarias

Lugar de Trabajo: UNESUR

Cargo que Desempeña: Docente Universitario Ordinario

Firma

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO

Título del Trabajo de Grado:

PLAN DE ACCION PARA LA IMPLEMENTACION DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL DE EMPRESAS CONSTRUCTORAS EN EL MUNICIPIO ZEA ESTADO MERIDA

CRITERIO	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENO	SUFICIENTE	DEFICIENTE
Presentación del instrumento				
Claridad de la redacción de los ítems				
Pertinencia de los ítems con los objetivos				
Pertinencia de los ítems con los indicadores				
Relevancia del contenido				
Factibilidad de aplicación				

Validado por: Johanna m. Gutiérrez V. **C.I.:** 13.011291

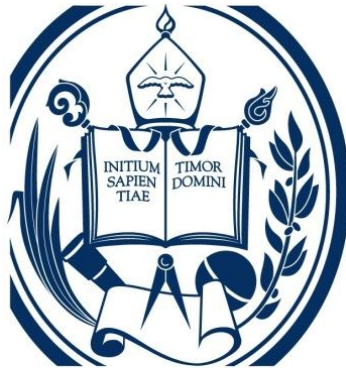
Profesión: Licda. en Administración Mención Mercadeo

Lugar de Trabajo: UNESUR

Cargo que Desempeña: Docente Universitario Ordinario

Firma

REPUBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA
UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE ARQUITECTURA Y DISEÑO



**UNIVERSIDAD
DE LOS ANDES**

www.bdigital.ula.ve

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS GERENTES DE EMPRESAS
CONSTRUCTORAS EN EL MUNICIPIO ZEA ESTADO MÉRIDA**

**AUTORA:
YESSICA CAROLINA CASTRO BRACHO**

**TUTORA:
JOHANNA M. GUTIÉRREZ V.**

MÉRIDA, ABRIL 2016

Título:

Plan De Acción Para la Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial de Empresas Constructoras en el Municipio Zea Estado Mérida

Objetivos de la Investigación**Objetivo General**

Proponer un Plan de Acción para la Implementación de la Responsabilidad Social Empresarial por parte de las empresas constructoras en el Municipio Zea.

Objetivos Específicos

Identificar los Valores Organizacionales existentes en las empresas constructoras del Municipio Zea para el cumplimiento de la Responsabilidad Social.

Describir el ámbito de aplicación de la responsabilidad social empresarial de las empresas constructoras del Municipio Zea.

Diseñar un plan de acción para la implementación de la responsabilidad social empresarial de las empresas constructoras del Municipio Zea.

Tabla 1. Operacionalización de las variables

Variables	Dimensión	Sub-dimensión	Indicadores	Ítems
Responsabilidad Social Empresarial	Valores Organizacionales	Valores Finales	-Valores Personales - Valores Éticos-Sociales	1-2 3-4
		Valores Instrumentales	- Valores Éticos-Morales - Valores de Competencia	5-6 7
Responsabilidad Social Empresarial	Ámbito de Aplicación		- Función Económica	8-9-10
			- Calidad de Vida	11-12-13
			- Inversión social	14-15
			- Solución de problemas	16-17
Responsabilidad Social Empresarial	Diseño del plan de acción			

INSTRUCCIONES

1.- El instrumento consta de ítems, el cual tiene cinco (5) alternativas para seleccionar su respuesta.

2.- Lea cuidadosamente cada una de las preguntas presentadas.

3.- Seleccione su respuesta, marcando con una equis (X) la alternativa que usted considere la más correcta.

4.- Desarrolle el cuestionario en forma individual.

5.- Si se le presenta alguna duda, consulte con los encuestadores.

6.- A continuación se le presentan las alternativas de respuesta que usted considerará escoger:

S = Siempre

CS = Casi siempre

AV = A veces

CN = Casi nunca

N = Nunca

**CUESTIONARIO DIRIGIDO A LOS GERENTES DE EMPRESAS
CONSTRUCTORAS DEL MUNICIPIO ZEA ESTADO MÉRIDA**

www.bdigital.ula.ve

ITEMS	ALTERNATIVAS				
	S	CS	AV	CN	N
Variable: Responsabilidad Social Empresarial					
Dimensión: Valor Organizacionales					
Sub-Dimensión: Valores Finales					
Indicador: Valores Personales					
1.- ¿Sabe usted lo que es más importante en su vida?					
2.- ¿Son importantes para usted en su vida valores como felicidad, salud, familia, éxito, realización personal, trabajo, amor, amistad, respeto?					
Indicador: Valores Éticos-Sociales					
3.- ¿Le gustaría a usted brindar aportes a la comunidad y a su entorno?					
4.- ¿Dado el caso le gustaría brindar aportes a la comunidad en cuanto a supervivencia, ecología,					

justicia social entre otros?					
Sub-Dimensión: Valores Instrumentales					
Indicador: Valores Éticos-Morales					
5.- ¿Cree usted que su conducta es adecuada a los valores establecidos en la sociedad que lo rodea?					
6.- ¿Considera usted que valores como la honestidad, sinceridad, responsabilidad, lealtad, confianza mutua, respeto entre otros, son necesarios para alcanzar sus fines?					
Indicador: Valores de Competencia					
7.- ¿Cree usted que para ser competitivos en la vida es indispensable poseer cultura, dinero, imaginación, lógica, buena condición física, inteligencia, iniciativa, coraje, entre otros?					
Dimensión: Ámbito de Aplicación					
Indicador: Función Económica					
8.- ¿Considera que la empresa constructora dirigida por usted produce bienes y servicios que la comunidad necesita?					
9.- ¿La empresa constructora crea empleos con salarios justo y la capacitación que se necesitan los trabajadores?					
10.- ¿Cuenta la empresa con normas de higiene en el trabajo y garantía de seguridad de los trabajadores?					
Indicador: Calidad de vida					
11.- ¿Cree usted que los bienes y servicios producidos por la empresa mejoran la calidad de vida de la sociedad?					
12.- ¿Se realizan acciones orientadas a relaciones de calidad con sus trabajadores, clientes y proveedores?					
13.- ¿Al momento de realizar sus actividades toman					

en cuenta la preservación de medio ambiente o nivel general de vida?					
Indicador: Inversión social					
14.- ¿La organización aporta recursos tanto humanos como materiales para resolver problemas de la comunidad?					
15.- ¿La empresa brinda algún aporte a la comunidad en materia de educación, cultura, deporte o arte?					
Indicador: Solución de problemas					
16.- ¿La organización cuenta con algún plan comunitario diseñado para tratar problemas sociales?					
17.- ¿La empresa lleva a cabo algún estudio para identificar las problemáticas sociales a corto y largo plazo?					

www.bdigital.ula.ve