

**Universidad Nacional Experimental  
de los Llanos Occidentales  
"EZEQUIEL ZAMORA"**



**LA UNIVERSIDAD QUE SIEMBRA**

**VICERRECTORADO  
DE INFRAESTRUCTURA Y PROCESOS INDUSTRIALES  
ESTADO COJEDES**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS  
AVANZADOS**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA  
DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES**

Autor: Licdo. José Luis Aguilar  
Tutora: Dra. Carmen Pinto

**SAN CARLOS, ENERO DE 2022**

**Universidad Nacional Experimental  
de los Llanos Occidentales  
"EZEQUIEL ZAMORA"**



**LA UNIVERSIDAD QUE SIEMBRA**

**Vicerrectorado de Infraestructura y Procesos Industriales  
Coordinación de Área de Postgrado  
Postgrado en Gerencia General**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA  
HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES**

**Trabajo de Grado presentado como requisito parcial para optar al Grado de  
Magíster *Scientiarum* en Gerencia Pública**

Autor: Licdo. José Luis Aguilar

C.I: 10.323.562

Tutora: Dra. Carmen Pinto

**SAN CARLOS, ENERO DE 2022**

## **APROBACION DEL TUTOR**

Yo, Carmen Pinto, cédula de identidad: N° V-4.101.093, hago constar que he leído el Anteproyecto del Trabajo de Investigación, titulado: RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES. Presentado por el Licdo. en Contaduría Pública: José Luis Aguilar G., C.I. 10.323.562; para optar al título de **Magíster Scientiarum en Gerencia General** y considero que reúne las condiciones necesarias para ser admitido por la comisión técnica de postgrado de la Unellez San Carlos, Cojedes.

En la ciudad de San Carlos, a los 25 días del mes de Septiembre del año 2019.



**Carmen Pinto**  
**C.I. N° V-4.101.093**

**Firma de Aprobación del tutor**  
**Fecha de entrega: 25/09/2019**



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL  
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES  
"EZEQUIEL ZAMORA"

La Universidad que Siembra



**PRESAV**  
PROGRAMA DE  
ESTUDIOS AVANZADOS  
COJEDES-UNELLEZ

**COMISIÓN ASESORA DEL PROGRAMA ESTUDIOS AVANZADOS  
RESOLUCIÓN CAPRESAV N°2020/666**

**UNIDAD EJECUTORA: SUBPROGRAMA CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS**

**PLANTEAMIENTO:** Solicitud de aprobación del Proyecto de Trabajo de Grado realizado por **JOSÉ LUIS AGUILAR GUERAR C.I. V-10.323.562**, cursante del Programa de Estudios de Maestría en Administración Mención Gerencia General, titulado: **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES.**, bajo la tutoría de la MSc. CARMEN PINTO, C.I. 4.101.093, (UNELLEZ), presentado por el MSc. Robert Alejandro Ardiles, C.I: 19.357.841, Jefe de Subprograma de Estudios Avanzados Ciencias Sociales y Jurídicas.

**FECHA: 04/05/2020**

**ACTA N°: 019 ORDINARIA**

**PUNTO: 35**

Luego de leída y discutida la documentación correspondiente por parte de los Consejeros:

**CONSIDERANDO**

Que el artículo 48, literal j del reglamento del Programa de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales "Ezequiel Zamora", faculta a la Comisión Asesora estudiar este tipo de solicitud.

**CONSIDERANDO**

Que el artículo 59, literal f del reglamento del Programa de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales "Ezequiel Zamora", establece que son atribuciones del Jefe de Subprograma, remitir solicitudes estudiantiles.

**CONSIDERANDO**

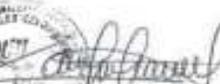
Que se cumplió con lo establecido en el artículo 30, párrafo cuarto del reglamento del Programa de Estudios Avanzados de la Universidad Nacional Experimental de los Llanos Occidentales "Ezequiel Zamora", el cual establece "los proyectos de los Trabajos Técnicos, Trabajos Especiales de Grado, los Trabajos de Grado y las Tesis Doctorales deberán ser revisados y aprobados en su contenido, forma y estilo por la Comisión de Revisión designada por la Jefatura del Subprograma de Estudios Avanzados."

**LA COMISIÓN ASESORA RESUELVE:**

**APROBAR** el Proyecto de Trabajo de Grado realizado por **JOSÉ LUIS AGUILAR GUERAR C.I. V-10.323.562**, cursante del Programa de Estudios de Maestría en Administración Mención Gerencia General, titulado: **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES.**, bajo la tutoría de la MSc. CARMEN PINTO, C.I. 4.101.093.

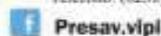
Original de la Documentación se digitaliza.

  
D. Gustavo Jaime  
Presidente

  
MSc. Carolina Varela  
Secretaría

**"La ciencia y la tecnología al servicio de la liberación permanente de la humanización del hombre"**

Dirección: Urb. Cantillano final avenida Principal, San Carlos Edo. Cojedes  
Teléfono: (0258) 4331718. / Correo electrónico: [estudiosavanzadoscojedes@unelz.com](mailto:estudiosavanzadoscojedes@unelz.com)



Presav.vlpl



Presav\_vlpl



Presav\_vlpl



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL  
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES  
"EZEQUIEL ZAMORA"  
UNELLEZ VIPI COJEDES



**ACTA DE ADMISIÓN TRABAJO ESPECIAL DE GRADO, TRABAJO DE GRADO, TESIS DOCTORAL**

Nosotros, miembros del jurado de:

Trabajo Especial de Grado	<input checked="" type="checkbox"/>	Trabajo de Grado	<input type="checkbox"/>	Tesis Doctoral	<input type="checkbox"/>
---------------------------	-------------------------------------	------------------	--------------------------	----------------	--------------------------

Titulado(a):

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES**

Elaborado por el (la) participante:

Nombres, Apellidos y Cédula de Identidad

**JOSÉ LUIS AGUILAR, C.I. V-10.323.562**

Como requisito parcial para optar al grado académico de: Maqister Scientiarum, el cual es ofrecido en el programa de: Maestría en Administración, mención Gerencia General, del Programa de Estudios Avanzados del Vicerrectorado de Infraestructura y Procesos Industriales de la UNELLEZ – San Carlos, hacemos constar que hoy: 13 de enero de 2022, a las: 10:00 a.m. se realizó la admisión del mismo, acordando que:

- EL TRABAJO / TESIS SE ACEPTA PARA LA PRESENTACIÓN / DEFENSA ORAL.
- EL TRABAJO / TESIS SE ACEPTA PARA LA PRESENTACIÓN / DEFENSA ORAL, UNA VEZ QUESE ADOPTEN LAS MODIFICACIONES SUGERIDAS.
- EL TRABAJO / TESIS NO SE ACEPTA PARA LA DEFENSA ORAL.

Se estableció como fecha de presentación / defensa, el día: **martes 18 de Enero de 2022. Hora: 08:00 a.m.**, Dando fe de ello levantamos la presente acta en San Carlos, a los trece (13) días de Enero de 2022.

**1.- Jurado Coordinador (a)**

Dra. Carmen Pinto,

C.I: V- 4.101.093 (Tutora-UNELLEZ)

**2.- Jurado Principal**

Dr. Robert Ardiles,

C.I: V- 19.357.841, (UNELLEZ)

**3.- Jurado Principal**

Dr. Rafael Reyes,

C.I. V- 6.898.573 (UNESR).

**4.- Jurado Suplente**

Dra. Mariela Raymundo,

C.I: V- 18.029.251 (UNELLEZ)

**5.- Jurado Suplente**

Dra. Eloina Gamez,

C.I. V- 4.097.982 (IUTEMAR).

**Nota:** Esta acta es válida con tres (03) firmas y un sello.

Presav\_vipi

Presav\_vipi

Presav\_vipi



UNIVERSIDAD NACIONAL EXPERIMENTAL  
DE LOS LLANOS OCCIDENTALES  
"EZEQUIEL ZAMORA"  
UNELLEZ VIPI COJEDES



**ACTA DE PRESENTACIÓN / DEFENSA TRABAJO ESPECIAL DE GRADO, TRABAJO DE GRADO, TESIS DOCTORAL**

Nosotros, miembros del jurado de:

Trabajo Especial de Grado	<input checked="" type="checkbox"/> Trabajo de Grado	Tesis Doctoral
---------------------------	--	----------------

Titulado(a):

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES**

Elaborado por el (la) participante:

Nombres, Apellidos y Cédula de Identidad
JOSÉ LUIS AGUILAR , C.I. V-10.323.562

Como requisito parcial para optar al grado académico de: Magister Scientiarum, el cual es ofrecido en el programa de: Maestría en Administración, mención Gerencia General, del Programa de Estudios Avanzados del Vicerrectorado de Infraestructura y Procesos Industriales de la UNELLEZ - San Carlos, hacemos constar que hoy, **martes 18 de Enero de 2022** a las 8:40 AM, se realizó la presentación / defensa del mismo, acordando:

- APROBAR LA PRESENTACIÓN / DEFENSA DEL TRABAJO / TESIS.
- APROBAR LA PRESENTACIÓN / DEFENSA DEL TRABAJO / TESIS, OTORGANDO MENCIÓN PUBLICACIÓN.
- APROBAR LA PRESENTACIÓN / DEFENSA DEL TRABAJO / TESIS, OTORGANDO MENCIÓN HONORÍFICA.
- APROBAR LA PRESENTACIÓN / DEFENSA DEL TRABAJO / TESIS, OTORGANDO MENCIÓN PUBLICACIÓN Y HONORÍFICA.

Dando fe de ello levantamos la presente acta, la cual finalizó a las 9:10 AM.

**1.- Jurado Coordinador (a)**

Dra. Carmen Pinto,  
C.I. V- 4.101.093 (Tutora-UNELLEZ)

**2.- Jurado Principal**

Dr. Robert Ardiles,  
C.I. V- 19.357.841, (UNELLEZ)

**3.- Jurado Principal**

Dr. Rafael Reyes,  
C.I. V- 6.898.573 (UNESR).

**4.- Jurado Suplente**

Dra. Mariela Raymundo,  
C.I. V- 18.029.251 (UNELLEZ)

**5.- Jurado Suplente**

Dra. Eloina Gamez,  
C.I. V- 4.097.982 (IUTEMAR).

**Nota:** Esta acta es válida con tres (03) firmas y un sello.

Presav.vlpi

Presav\_vlpi

Presav\_vlpi

## AGRADECIMIENTO

Cuando se logra plasmar en papel el proyecto de investigación de la Maestría, miras en retrospectiva cada uno de los tropiezos pasados que limitaron el avance de la misma y se vienen las imágenes cuando recorrias a clamar a Dios por un entendimiento sobre el problema, para dilucidar el cómo abordarlo; una luz que permitiera el avance perfecto de la misma. Eso se traduce en una reflexión o introspección aprisionada en la mente que debe ser liberada para enunciar las ideas y opiniones que se tiene sobre el problema que se pretende resolver. Por tanto, les comunico que lo logré con la confianza puesta en nuestro señor Jesús Cristo quien impulsa a capturar y moldear las ideas acá expuestas. De allí mi máximo agradecimiento.

Además de ello, debo agradecer de manera especial y sincera a la Profesora Carmen Pinto por aceptarme como tutora de este trabajo de investigación, cuya dirección estuvo cargada de sentimientos de amistad, comprensión y confianza; su capacidad para tutelar las ideas ha sido un aporte invaluable, en mi formación como investigador en el área de la responsabilidad social empresarial (RSE).

Cabe recalcar que este proceso no ha sido sencillo, el tema del duelo por la muerte de seres queridos producto de la Pandemia del COVID-19 oscureció el panorama de creación intelectual, que sin el apoyo y la consideración de las autoridades universitarias del VIPI Unellez, no hubiese sido posible alcanzar. Gracias por su solidaridad.

Licdo. José Luis Aguilar

## DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la vida, la salud, perseverancia y la sabiduría a lo largo del transcurso de la maestría.

A mi esposa Imelda Funes por ser mi fortaleza y empuje para culminar este trabajo de investigación, gracias por ser mi compañera de maestría, sin ti a mi lado hubiese sido inmensamente difícil culminar. Te amo.

A mis hijos Miguel y Gabriel por ser fuente de inspiración y motivación al logro, para que se vean en este modelo y estimulen su pasión por la investigación.

A todos los que me acompañaron en esta meta, mis ex compañeros de trabajo de Hidrocentro Cojedes, les dedico este trabajo.

Licdo. José Luis Aguilar

## ÍNDICE GENERAL

	<b>Pág.</b>
AGRADECIMIENTO.....	iii
DEDICATORIA.....	iv
INDICE GENERAL.....	v
LISTA DE TABLAS, GRÁFICAS Y FIGURAS.....	vii
RESUMEN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
INTRODUCCIÓN.....	1
<b>CAPÍTULO I. EL PROBLEMA</b>	<b>3</b>
1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.2. Objetivos de la Investigación .....	11
1.2.1. General.....	11
1.2.2. Específicos.....	12
1.3. Importancia de la Investigación.....	12
1.4. Justificación de la Investigación.....	13
<b>CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL</b>	<b>14</b>
2.1. Antecedentes de la Investigación.....	14
2.2. Bases Teóricas .....	21
2.2.1. Responsabilidad Social Empresarial (RSE).....	21
2.2.2. Factores que implanta la RSE en las empresas.....	25
2.2.3. Características y dimensiones de la RSE .....	25
2.2.4. Teorías de la responsabilidad social empresarial.....	28
2.2.4.1. La teoría de los grupos de interés.....	28
2.2.4.2. Teorías integradoras.....	30
2.2.4.3. Teorías de carácter político.....	32
2.2.4.4. Teoría de la ética y la moral en las empresas e Instituciones.....	32
2.3. Estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE).....	33
2.4. Evaluación de estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE).....	38
2.5. Breve reseña histórica del ámbito social objeto de estudio: Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.....	42
2.6. Bases legales.....	47
2.7. Definición y operacionalización de las variables.....	52
<b>CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO</b>	<b>55</b>
3.1. Paradigma o Enfoque de investigación.....	55
3.2. Tipo y diseño de investigación.....	55
3.3. Modalidad de la Investigación.....	57
3.4. Población y muestra .....	57
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.....	59
3.6. Validez y confiabilidad del instrumento aplicado.....	60
3.7. Procedimientos y técnicas de análisis de los datos.....	64

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS.	65
CAPÍTULO V. LA PROPUESTA	74
5.1. Título.....	74
5.2. Presentación.....	74
5.3. Justificación.....	75
5.4. Objetivos del Plan.....	76
5.5. Estructura del Plan .....	77
5.6. Comentario final.....	80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	81
Conclusiones.....	81
Recomendaciones.....	84
REFERENCIAS CONSULTADAS.....	85
ANEXOS	89
A. Instrumento de recolección de datos.....	90
B. Confiabilidad del instrumento.....	93
C. Validación del Instrumento .....	94

## LISTA DE TABLAS, GRÁFICAS Y FIGURAS

### TABLAS:

		<b>Pág.</b>
1	Noción de RSE, según diversos autores.....	24
2	Noción de RSE desde la óptica organizacional.....	28
3	Dimensión de la RSE.....	41
4	Dotación o consumo básico asignado al inmueble según uso de agua y tarifas.....	46
5	Operacionalización de las variables.....	54
6	Población Sub Gcia. de atención al cliente Cojedes. Hydrocentro.....	59
7	Escala del coeficiente de confiabilidad del instrumento.....	63
8	Distribución de frecuencias de la dimensión contexto situacional de la RSE a nivel público.....	65
9	Distribución de frecuencias de la dimensión contexto estratégico.....	67
10	Distribución de frecuencias de la dimensión contexto operacional.....	70
11	Distribución de frecuencias de la dimensión contexto evaluativo.....	72

### GRÁFICAS:

		<b>Pág.</b>
1	Distribución porcentual de la dimensión contexto situacional de la RSE a nivel público.....	66
2	Distribución porcentual de la dimensión contexto estratégico...	68
3	Distribución porcentual de la dimensión contexto operacional.	70
4	Distribución porcentual de la dimensión contexto evaluativo...	72

### FIGURAS:

		<b>Pág.</b>
1	Estructura organizacional. C.A. Hidrológica del Centro. Hydrocentro.....	45

**Universidad Nacional Experimental  
de los Llanos Occidentales  
“Ezequiel Zamora”**



**La Universidad que Siembra**

**Vicerrectorado de Infraestructura y  
Proceso Industriales  
Área de Postgrado  
Maestría en Gerencia Pública**

**RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA  
HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES.**

**Autor:** Licdo. José Luis Aguilar

**Tutora:** Dra. Carmen Pinto

**AÑO:** 2022

### **RESUMEN**

En la investigación el objetivo rector es generar estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes; empleando la metodología cuantitativa para descubrir la realidad objetivamente; así mismo, el diseño es de campo no experimental. La población y muestra considerada es de tipo censal y asciende a cincuenta y cuatro (54) trabajadores. La validez se determinó mediante el juicio de tres expertos y la confiabilidad se calculó por el coeficiente de Alfa de Cronbach, obteniéndose un valor de 0.90 que se corresponde a una confiabilidad muy alta. Las técnicas empleadas son la observación y la encuesta tipo escala de Likert. Los resultados indican que en el contexto situacional de la RSE a nivel público los trabajadores siempre realizan acciones responsables hacia el colectivo en el área de personal, seguridad e higiene laboral y preservación del ambiente; para cumplir con el marco normativo legal. Todo esto permite inferir que, la empresa requiere del involucramiento de los actores comunitarios y de su participación activa para ejecutar acciones enmarcadas en la RSE. De modo que, la comunicación como estrategia de RSE que contribuye al cumplimiento de los requisitos establecidos por los stakeholders o involucrados debe ser fortalecida. Para afianzar el contexto estratégico de la RSE en la empresa, casi siempre consideran que hoy las estrategias giran en torno a mejorar las relaciones con la comunidad local, fidelizar empleados y tener lealtad de los clientes; mediante el conocimiento de sus inquietudes y expectativas. En consecuencia se establece implantar el Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (P.E.R.S.E) en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.

**Palabras Claves:** Responsabilidad Social Empresarial; fortalecimiento de la empresa; HIDROCENTRO, Cojedes.

**Universidad Nacional Experimental  
de los Llanos Occidentales  
“Ezequiel Zamora”**



**La Universidad que Siembra**

**Vicerrectorado de Infraestructura y  
Proceso Industriales  
Área de Postgrado  
Maestría en Gerencia Pública**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) FOR THE STRENGTHENING OF THE COMPANY ANONYMOUS HYDROLOGICAL COMPANY OF THE CENTER (HIDROCENTRO) COJEDES.**

**Author:** Licdo. José Luis Aguilar

**Tutora:** Dra. Carmen Pinto

**YEAR:** 2022

### **ABSTRACT**

In the research, the guiding objective is to generate strategies of corporate social responsibility (CSR) for the strengthening of the Central Hydrological Limited Company (HIDROCENTRO) Cojedes; using the quantitative methodology to discover reality objectively; likewise, the design is non-experimental field. The population and sample considered is of the census type and amounts to fifty-four (54) workers. Validity was determined by the judgment of three experts and reliability was calculated by Cronbach's Alpha coefficient, obtaining a value of 0.90 which corresponds to a very high reliability. The techniques used are observation and the Likert scale type survey. The results indicate that in the situational context of CSR at the public level, workers always carry out responsible actions towards the group in the area of personnel, occupational safety and hygiene, and environmental preservation; to comply with the legal regulatory framework. All this allows us to infer that the company requires the involvement of community actors and their active participation to execute actions framed in CSR. Therefore, communication as a CSR strategy that contributes to meeting the requirements established by the stakeholders or those involved, must be strengthened through strategies designed for this purpose. To strengthen the strategic context of CSR in the company, they almost always consider that today's strategies revolve around improving relations with the local community, retaining employees and having customer loyalty; by knowing their concerns and expectations. Consequently, it is established to implement the Strategic Plan for Corporate Social Responsibility (P.E.R.S.E) in the company Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.

**Keywords:** Corporate Social Responsibility; strengthening the company; HIDROCENTRO, Cojedes.

## INTRODUCCIÓN

En Venezuela, cuando se destacan noticias sobre la responsabilidad social empresarial, que señalan por ejemplo en el año 2016, cuando la Asociación Nacional de Anunciantes ANDA, otorga a la empresa NESTLE Venezuela, el premio de RSE; como producto del proyecto adelantado por esta empresa, para el fomento de la siembra de cacao en el país; se descubre que de cara a esta noticia es posible en este momento del año 2021, encarar la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, como una vía que permita evaluar la realización de las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) y ésta ha alcanzado en las agendas políticas públicas, regionales y nacionales acciones que involucren a los actores comprometidos con el manejo del recurso hídrico articulado con el ambiente, con la economía, con la sostenibilidad, con el progreso y sobre todo con el cumplimiento de normas sociales y éticas que hagan posible la supervivencia del ser humano.

De tal manera, que se trata de proponer estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes; dado que las comunidades, usualmente se amparan e invocan como derecho, el disfrute del servicio de agua potable y solicitan la solidaridad de la institución, demandando acciones de RSE, para que se obligue a HIDROCENTRO a trabajos en el entorno social y ambiental. Aunado a ello, se tiene la creencia a nivel comunitario que la responsabilidad social, es sinónimo de ayuda a la comunidad. De allí que, la línea de investigación es Gerencia Empresarial y Social.

En este sentido, se trata de generar estrategias de RSE para impulsar la transformación de problemas sociales desde las propias instituciones públicas con acciones corresponsables y complementarias al papel institucional público, por lo que en un primer capítulo se expone el problema, planteamiento y formulación; así como la importancia de la investigación, sus objetivos, tanto general como específicos para cerrar con la justificación de la investigación.

En el segundo capítulo, se desarrolla el marco teórico o referencial, por lo que se inicia exponiendo los antecedentes de la investigación, las bases teóricas iniciando con la noción de responsabilidad social empresarial (RSE), factores que implantan la RSE en las empresas, características y dimensiones, teorías de la responsabilidad social empresarial, estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE), la breve reseña histórica del ámbito social objeto de estudio: Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, bases legales, para cerrar con la definición y operacionalización de las variables.

En el tercer capítulo se desarrolla el marco metodológico presentando el paradigma o enfoque de investigación, el tipo y diseño de la investigación, la población y muestra, las técnicas e instrumentos de recolección de la información, la validez y confiabilidad, para cerrar con los procedimientos y técnicas de análisis de los datos.

En el capítulo cuatro se presenta el análisis e interpretación de los resultados siguiendo un orden razonado en base a las dimensiones operacionalizadas en la investigación; motivado a que la investigación involucra un proyecto factible en el capítulo cinco denominado la propuesta se desarrollan las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, mediante el despliegue de un plan, estructurado como una propuesta. Luego de esta se exponen las conclusiones y recomendaciones, los resultados concluyentes a los cuales se llegó en la investigación y las posibles recomendaciones para seguir afianzando el tema.

Así mismo se listan las referencias bibliográficas y los respectivos anexos.

## CAPITULO I

### EL PROBLEMA

#### 1.1. Planteamiento del Problema

Exponer la responsabilidad social empresarial (RSE) parte de la consideración de que la empresa y el nivel de compromiso con el entorno en que opera, han evolucionado al extremo de considerarla en una nueva forma de pensar para hacer negocios, donde se prioriza el valor social sobre el económico; concibiéndose la empresa como un ente social en contacto con su entorno. De tal manera que, develar los matices de la responsabilidad social empresarial (RSE), ha instituido en una reflexión discursiva paseada por las posturas teóricas de Capiottri, P. y Schulze, F. (2010) al sostener que:

En la actualidad un número creciente de compañías contribuyen al diseño, mantenimiento y desarrollo del entorno social, por medio de sus políticas y actividades de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Es en este sentido que las empresas no son ya observadas sólo como actores económicos, sino que también han pasado a ser (obligados por la fuerza de los hechos) actores sociales activos, en una sociedad que busca resolver las cuestiones de equilibrio entre el nuevo orden económico y el orden social, en busca de un reparto equitativo (p. 8).

Es decir, que el llamado convertido en obligación mediante un marco legal regulatorio compromete a las empresas a asumir la responsabilidad social empresarial que implica ir más allá de su rol meramente económico, para asumir un rol social. De allí que la RSE en la empresa requiere de una constante adaptación y así lo comprenden e internalizan quienes tienen la función de incorporar las nuevas perspectivas, en cuyo proceso se generan cambios en las personas y en las culturas empresariales más que en las estructuras; en las mentes más que en los organigramas; en los niveles de compromiso más que en los procesos.

Se trata de adoptar la responsabilidad social empresarial adecuada que conlleve a un proceso de transformación propio de la economía empresarial; ya que las mismas impactan en las acciones que las empresas hacen, en todas las dimensiones de la

sociedad en las cuales actúan y en las que trabajan. Para el caso de América Latina según Vives y Peinado (2011) sostienen que: “Se ha podido constatar que las empresas responsables son rentables y tienen un impacto positivo en la calidad de vida de las comunidades, de sus trabajadores y colaboradores, y mejoran el desempeño de sus socios comerciales, proveedores y distribuidores” (p. 5).

En otras palabras, con la promoción de la responsabilidad social se abren múltiples alternativas estratégicas para la transformación empresarial; a la vez que se genera conciencia e interés de la sociedad civil, los gobiernos y en específico de las empresas, ya que emergen programas, propuestas, y proyectos para la investigación y el financiamiento, tendentes a la implementación de prácticas empresariales social y ambientalmente responsables. En consecuencia las causas y efectos que caracterizan la problemática para la implementación de la RSE en América Latina en palabras de Vives y Peinado (ob. cit.) sostienen como comienzo de su libro que:

El tema de la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) ha tenido un acelerado desarrollo en las últimas décadas, como consecuencia de la intensificación de la globalización, la explosión de los medios informativos y las redes sociales y el surgimiento de las grandes economías emergentes, donde ha crecido significativamente la producción de bienes y servicios, que en ocasiones son producidos en condiciones de desatención a los derechos laborales y al medio ambiente, que luego se consumen en países desarrollados. También ha influido la percepción de que los recursos naturales son limitados y que no se pueden seguir consumiendo al ritmo actual, mucho menos considerando los niveles de pobreza que prevalecen en muchos países en desarrollo. Adicionalmente, la crisis financiera de 2007-2010, atribuida a irresponsabilidades empresariales, codicias individuales y negligencia de los reguladores y que afectó a gran parte de la población, agudizó la sensibilidad general hacia el tema de la responsabilidad empresarial con la sociedad (p. 6).

Se trata de conocer las prácticas de las empresas, para evaluar lo que Vives y Peinado (ob. cit.) han designado como el denominador común de la discusión en materia de RSE que estriba en el necesario equilibrio y la tensión que debe existir entre la búsqueda de beneficios y el bien común, entre los objetivos económicos de la empresa y el uso de recursos de la sociedad y del ambiente. Acota además que esta tensión y equilibrio es mucho menor en las instituciones sin fines de lucro, y

empresas públicas ya que tienen como objetivo perseguir el bien común en función de sus necesidades.

Sostiene que este es el momento de la historia de la humanidad que reclama que el comportamiento empresarial responsable está cargado de valores, que conducen hacia una gestión y ética empresarial que se satura de acciones que conllevan a prácticas que transformen la manera de operar la empresa. De tal manera que establecer los fundamentos de la RSE quedan enunciados por Vives y Peinado (ob. cit.) cuando exponen que:

Lo que importa es lo que hacen las empresas en la práctica por ser responsables. La concepción es solamente importante a la hora de preparar informes donde, de entre las innumerables actividades de la empresa, se escogen las que encajan en el concepto que la empresa tiene sobre su responsabilidad (p. 27).

En este sentido se considera que para definir el concepto que la empresa tiene de su responsabilidad social empresarial es necesario situarse en el contexto de las políticas públicas, es decir, lo que el plan de la nación de un país tiene contemplado en materia de RSE y del desarrollo institucional del país; lo que implica que las prácticas planificadas por las empresas estén en sincronía al medio en el que se opera, lo que hace que la concepción de RSE sea adaptada o concebida de acuerdo a la situación de cada país Latinoamericano.

Además de ello, se considera que las prácticas en RSE son parte sistémica de las estrategias de la empresa y deben estar directamente relacionadas con los objetivos de la empresa, siendo sostenibles y contribuyendo al desarrollo de la sociedad. Finalmente, la perspectiva en general de la aplicación de la RSE para Latinoamérica es presentada por Caravedo (2011) en compilación de Vives y Peinado (ob. cit.) de la siguiente manera:

Uno de los elementos culturales que ha caracterizado a América Latina ha sido el paternalismo y, en ese marco, la conformación de relaciones y vínculos dependientes entre los distintos estamentos sociales. Tal vez este ha sido uno de los factores que más ha incidido en la constitución de sus gobiernos, de su empresariado y, en general, de sus sociedades; todo ello asociado a una marcada desigualdad en la distribución de los ingresos, en la concentración del poder político, económico y social y

en la extensión de las condiciones de pobreza. La religión y la caridad de las empresas familiares han sido los instrumentos a través de los cuales se han mantenido o paliado las diferencias. La acción o el gesto filantrópico ha sido el “brazo social” de las empresas medianas o grandes. Desmontar esta cultura paternal dependiente y filantrópica, y construir otra de responsabilidad social es un reto inmenso que se han planteado algunos líderes empresariales y sociales. La globalización y las innovaciones tecnológicas que la acompañan han hecho posible expandir los nuevos planteamientos asociados a la responsabilidad social. No sólo han concurrido a ello algunos líderes visionarios; también las empresas multinacionales que, además de inversión, han traído la necesidad impuesta por el mercado global de actuar de manera responsable. Pero, a pesar de todo ello, la tarea de la transformación cultural y social sigue siendo el gran trabajo que es necesario hacer. Por estas razones, la práctica de la responsabilidad social sigue muy asociada a la filantropía y cuesta modificarla (p. 38).

Bajo esta perspectiva el reto de la RSE involucra un cambio paradigmático de la concepción o manera de entender la empresa que debe iniciar desde lo interno de ella misma, sus accionistas, gerentes, sus trabajadores, compradores, vendedores, consumidores finales, el entorno comunitario, en fin los Stakeholders (involucrados en la RSE), que hacen que en esta nueva manera de hacer negocio, estimule a la empresa a adecuarse a los requerimientos del mercado y de la sociedad.

Cabe resaltar, que los planteamientos de la RSE son representados a la realidad actual venezolana; ya que existe una presión social basada sobre el compromiso social que deben asumir las empresas, permitiendo extrapolar en perspectiva el contexto venezolano empresarial en general por la difícil crisis económica, social y política que se vive, catalogada de magnitud trascendental desde el punto de vista económico por su tendencia hiperinflacionaria que ha desencadenado en escases de bienes y servicios, con una marcada inestabilidad en el valor de la moneda nacional venezolana, y con una tendencia de dolarización de los servicios y no a los salarios de los trabajadores.

Bajo esta perspectiva, las comunidades usualmente se amparan e invocan como derecho la solidaridad de las empresas; aunado al hecho de que la RSE, se plasma en actuación voluntaria ejercida sin distinción, obligando a las empresas a favorecer en

sus metas el intervenir en el entorno social, ambiental, político y hasta legal; para un desempeño socialmente responsable; cuyo efecto debe impactar en los empleados y en el entorno comunitario donde desarrolla las actividades productivas o de servicios.

No obstante, para que la gestión empresarial efectúe cambios en la cultura organizacional, se debe considerar que estos deben estar en función de la gente, de los consumidores y/o de los usuarios de los servicios. En este sentido, es posible perfilar los elementos de la RSE venezolana partiendo de la convicción de que la alta gerencia, debe establecer como punto de inicio de la RSE desde dentro; materializada en el diseño, elaboración y aplicación de metas de intervención en el medio social del contexto comunitario donde está inserta.

Así mismo, es usual que las empresas para cumplir con la obligación de la RSE abran la brecha de una posible salida atendiendo problemas comunitarios amparados en las obligaciones o cumplimiento de la RSE, donde deben contemplar en sus modelos de gestión empresarial la conformación de la unidad, departamento o división, que puede denominarse ética corporativa y sostenibilidad, o en dado caso designar un responsable del desarrollo y aplicación de la RSE como estrategia para disminuir los impactos de su producción o prestación de servicio en la sociedad o entorno.

Adicionalmente, tiene que elegir socios estratégicos cuyos criterios deben estar en base a la experiencia, la reputación y la notoriedad, con el objeto de asegurar la sustentabilidad de cada una de las actuaciones, a fin de que se conformen redes y vínculos comunicacionales con la comunidad para atender necesidades enmarcadas en derechos humanos, laborales y ambientales.

Bajo este panorama la RSE para el fortalecimiento de la empresa representa una manera de fomentar el desarrollo de prácticas innovadoras empresariales, así como aumentar la transparencia e incrementar la fiabilidad de la evaluación y la validación de las actuaciones en RSE. Por lo tanto, se generan estrategias de responsabilidad social empresarial basada en asociaciones más profundas en las que todos los involucrados desempeñen un papel activo aprovechando al máximo las experiencias

existentes. Sobre la noción de RSE se expone la dada por la Organización Internacional de Trabajo. OIT (2010) citada por Abad, (2018):

La responsabilidad social empresarial es la manera en que las empresas toman en consideración las empresas, para que sus actividades tengan repercusiones positivas sobre la sociedad y que afirman los principios y valores por los que se rigen, tanto en sus propios métodos y procesos internos como en su relación con los demás actores; es una iniciativa de carácter voluntario (p. 10).

En este sentido, se puede considerar la RSE, como un agregado de principios y valores de las empresas y de cómo estas repercusiones afectan las sociedades en las cuales se viven o el entorno empresarial. De tal manera que para Drucker (1985) el agente responsable de llevar adelante los cambios es el empresario, quien por medio de la innovación va transformando su entorno inmediato (p. 11).

Otra definición de RSE se despliega en el documento elaborado por Cici y Ranghieri (2008) publicado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) donde se afirma que:

La RSE, puede desplegarse en cinco diferentes frentes de las organizaciones: las políticas y estrategias de las instituciones, los mercados, el lugar del trabajo, la comunidad y el entorno. A su vez estas cinco variables pueden desplegarse por parte de gobiernos, gremios, organizaciones no gubernamentales (ONG), y la sociedad civil, acudiendo a las siguientes estrategias: mandato, aseguramiento de transparencia, management, divulgación, asociación y respaldo (p. 67).

De cualquier manera, se destaca que en materia de RSE en esta cita del Banco Internacional de Desarrollo (BID), como primer frente las políticas y estrategias institucionales dejando tácito que la responsabilidad social de la empresa depende de la responsabilidad y ética de los individuos que la conforman, con mayor o menor posibilidad de influencia. Cabe precisar que la empresa es un factor fundamental para el desarrollo económico, mediante la producción de bienes y servicios, a la par también se distingue como agente social generador de empleo y riqueza combinando recursos humanos, tecnología, recursos financieros y la organización que aporta el empresario o directivos de la empresa. Todo ello con el fin de conseguir un objetivo,

normalmente económico, y con la necesidad de ser eficientes y rentables, donde bajo esta postura paradigmática de la noción de empresa se ha planteado una manera diferente de concebir la misma.

Finalmente la definición de RSE elaborada por Caravedo (ob. cit.) en compilación de Vives y Peinado (ob. cit.) sostiene que:

La Responsabilidad Social es un paradigma a partir del cual se puede construir el nuevo significado que tienen o deben tener las organizaciones o empresas con su entorno externo e interno en el marco de una búsqueda de desarrollo sostenible. Implica una ética cuyos valores y principios referidos al respeto de los colaboradores, al proceso técnico que impacta en el medio ambiente, a la escucha y consulta con los que se vincula (Stakeholders), a la transparencia que permita generar identificación y confianza con la comunidad y otros, se haga evidente en la práctica o comportamiento (p. 43).

Por consiguiente, son las empresas las comprometidas en desarrollar y mostrar las acciones para resarcir los daños ambientales y sociales que su actividad productiva genera al entorno en el cual se desenvuelve, dado que está evidenciado que sus actividades de producción generan un impacto en la sociedad; principalmente el área de influencia directa. Valga recalcar que, las empresas más allá de la obtención de altos resultados financieros, están obligadas y comprometidas a ser socialmente responsables con su contexto de actores internos como los trabajadores y accionistas, así como los actores externos como clientes, proveedores y distribuidores y la comunidad del área de influencia directa de la empresa.

El caso de la RSE en Venezuela es definido por Oberto (2007) al cifrar que:

En cuanto a Responsabilidad Social externa tenemos que para el año 2004 ocupó el primer lugar, Empresas Polar, con un aporte de 28 millones 805 millones de bolívares; le siguió CANTV, con un aporte de 16 millones 72 millones 755 mil 605 bolívares y en tercer lugar C.V.G. Electrificación del Caroní (EDELCA), con 12 millones 777 millones 885 mil 848 bolívares. En este sentido, la participación de las empresas en materia de Responsabilidad Social Empresarial ha estado dirigida, en términos generales, más al ámbito externo que interno y ha estado motivada por diversas razones, entre otras, el interés de promocionarse y darse publicidad que tienen algunas empresas o grupo empresariales y con ello mercadear su imagen y aumentar sus ventas; otras ven en la RSE la posibilidad de hacer uso de las leyes

tributarias que permiten el desgravamen de estas actividades, pero la pregunta incógnita gira en torno a saber si estas actividades se ejecutan con un sentido filantrópico genuino (p. 149).

Este panorama centra la investigación en accionar en la responsabilidad social a lo interno de la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, dado que el problema identificado es la deficiencia de la aplicación de la responsabilidad social empresarial (RSE) Para el fortalecimiento de la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, reconociendo que esta problemática viene determinada por las políticas y prácticas de recursos humanos y la cultura organizacional con características particulares, que conforman un sistema de significados que son comunes entre los miembros de una empresa u organización de carácter público.

Una vez contextualizado el problema se procede a enunciarlo mediante la deficiencia de la aplicación de la responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes; por lo que es importante precisar de manera clara y delimitada su formulación mediante las interrogantes de investigación. Teniendo en cuenta el siguiente planteamiento de Palella y Martins (2010) se tiene que la formulación del problema consiste en relación a las preguntas que: “Al elaborarlas, conviene tener presente que su redacción debe dar una respuesta multidimensional, es decir, no limitarse a un simple sí o no” (p. 55).

Es decir, que en base a la interrogante generadora se construye, en función de dar respuesta al objetivo general de la investigación de la siguiente manera:

- ¿Cómo generar estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes?

Bajo esta formulación es significativo precisar que se pretende explicar las causas y/o efectos del problema evidenciado por la: Desvalorización de la selección de las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) y sus elementos; así como en la desestimación para articular las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) y sus elementos, en acciones cuyo compromiso con la sociedad se denote en el

fortalecimiento de la Compañía; también en la falta de socialización para presentar el plan estratégico de responsabilidad social empresarial (RSE) y su implementación para el fortalecimiento de la Compañía.

Teniendo como base este marco causal se evidencian algunas consecuencias del problema tales como: Desinformación y desarticulación de los Stakeholders (involucrados) en la RSE; desconocimiento del plan de estrategias y de los elementos de la responsabilidad social empresarial aplicados en materia de RSE. Esta perspectiva que enmarca la formulación del problema de investigación se concreta mediante las siguientes interrogantes específicas de investigación:

- ¿Cuál es situación actual en cuanto a responsabilidad social empresarial que tienen los trabajadores de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes?
- ¿Cómo determinar las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes?
- ¿Cómo será el diseño para determinar las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes?
- ¿Cuáles son las bases para aplicar las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) y los elementos en acciones cuyo compromiso con la sociedad se denote en el fortalecimiento de la Compañía?
- ¿Cómo evaluar la realización de las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO)?

## **1.2. Objetivos de la Investigación**

### **1.2.1. Objetivo General:**

Generar estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.

### **1.2.2. Objetivos Específicos:**

1. Diagnosticar la situación actual en cuanto a responsabilidad social empresarial que tienen los trabajadores de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.
2. Determinar las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.
3. Diseñar las estrategias destinadas a la responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.
4. Aplicar las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) y los elementos en acciones cuyo compromiso con la sociedad se denote en el fortalecimiento de la Compañía.
5. Valorar la realización de las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE).

### **1.3. Importancia de la Investigación**

Esta investigación contribuye a divulgar el debate local científico en torno a las alternativas que se tienen para que las empresas del estado Cojedes destinen sus compromisos en responsabilidad social empresarial hacia las áreas de: educación, organización socio comunitaria, participación y desarrollo activo de la comunidad, salud y ambiente, entre otros.

Cabe resaltar, que a nivel de la empresa predomina la necesidad de actuación de las empresas de carácter público a través de reconocer el impacto que la prestación de su servicio está causando en la sociedad y en el ambiente; así como del manejo de sus residuos y en la influencia que tienen sus planes y decisiones para la comunidad o entorno empresarial con miras a explicar la vía para tener una cultura empresarial basada en el compromiso, el comportamiento y una gestión ética con la sociedad.

Esta investigación se encuadra en el área de las ciencias económicas y sociales mediante el estudio de la responsabilidad social empresarial en una empresa pública

regional; con miras a generar una propuesta que involucra un proceso de planificación de estrategias de responsabilidad social empresarial, que definen cursos de acción en el mediano y en el largo plazo; buscando dar explicación y superación de condiciones indeseables en cuanto al crecimiento económico y el bienestar social de la comunidad y el medio donde ésta se desempeña. De allí que la línea de investigación es: Gerencia Empresarial y Social. Finalmente, esta investigación es relevante; dado que, a nivel teórico metodológico es un aporte cuyas conclusiones pueden ser generalizadas hacia otras empresas e instituciones de carácter público, teniendo como base la información y planteamientos teóricos actualizados.

#### **1.4. Justificación de la Investigación**

El accionar de la investigación persigue generar un compendio de estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO); ya que se han determinado estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para alcanzar los objetivos propuestos, e ir mejorando progresivamente el problema.

Se justifica por la necesidad que existe de que HIDROCENTRO Cojedes, se motive a la realización de trabajos en el entorno social y ambiental. Aunado a ello, se tiene la creencia a nivel comunitario que la Responsabilidad Social, es sinónimo de ayuda a la comunidad. De allí que, la línea de investigación es Gerencia Empresarial y Social.

Desde el punto de vista académico, el estudio permite aplicar, ampliar y desarrollar los conocimientos teóricos - prácticos adquiridos durante el transcurso de la formación académica, lo cual incidirá positivamente para que la gestión empresarial efectúe cambios en la cultura organizacional y desde la perspectiva metodológica, se justifica porque está respaldada en un conjunto de lineamientos o pasos que corresponden a tipos y diseños de investigación, además, discernimientos referidos a métodos y técnicas para recolectar la información.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL

#### 2.1. Antecedentes de la Investigación

Según el planteamiento de Palella y Martins (2010) en relación a los antecedentes de la investigación que son estudios previos a la investigación que está en desarrollo sostienen que: “Es conveniente que el marco teórico contenga los antecedentes de la investigación, entendida como diferentes trabajos realizados por otros estudiosos sobre el mismo problema. Estos antecedentes pueden ser tanto nacionales como internacionales” (p. 63).

En este sentido se inicia con el antecedente internacional de Pérez, Espinoza y Peralta, (2016). “La responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro”; teniendo como objetivo rector representar la responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental: una visión sostenible a futuro, siendo necesario referir las dimensiones y ámbitos estratégicos de la responsabilidad social, a la vez que se distingue la RSE ambiental y la estrategia corporativa para confluir en presentar como ha evolucionado la RSE en el tiempo y como planificar y medir la RSE ambiental para afianzar con los Stakeholders o grupos de interés que conforman el entorno empresarial.

Por tanto, se parte de la premisa de que durante las últimas décadas, muchas empresas alrededor del mundo han tenido que adaptar sus operaciones a una situación actual de mayor compromiso con el ambiente y la sociedad en su conjunto. La búsqueda de un beneficio económico ha tenido que ceder lugar al desarrollo de nuevos objetivos en el campo de la responsabilidad social, del cuidado del ambiente y la preservación de los recursos naturales, pasa desde un enfoque estratégico netamente económico a uno cada vez más social y ambiental, en un alto grado de compromiso con la sostenibilidad y con los diferentes grupos de interés.

La metodología empleada se basó en el diseño bibliográfico de carácter descriptivo es por ello, que se revisa la literatura relacionada con la Responsabilidad

Social Empresarial para proporcionar un importante énfasis a las dimensiones que la conforman y a las líneas estratégicas que garantizan el óptimo proceso de su implementación a nivel organizacional. Posteriormente se mencionan los pasos que se deben seguir para que la implementación de una correcta gestión ambiental, tanto interna como externa, genere notables beneficios a las organizaciones y, finalmente se destaca la importancia de las relaciones entre los diferentes grupos de interés.

Como conclusiones, se tiene que la responsabilidad social jamás puede quedar a un lado. Los continuos cambios del mercado, de los consumidores, la contaminación, la escasez de recursos y materias primas favorecen la búsqueda de nuevas maneras para preservar lo que actualmente tienen las empresas en la realización de sus operaciones comerciales. También exige de los empresarios una capacidad de adaptación y flexibilidad impresionante al propiciar nuevas estrategias comerciales y de producción en pro del mundo y la preservación del mismo.

De allí, la importancia del desempeño empresarial al jugar un papel muy significativo en la vida de las personas, no solo como proveedoras de empleo y de riqueza, sino como agente de desarrollo en las comunidades en las que están insertas. Muchas grandes empresas son conscientes de ello y han tratado de aprovechar las expectativas que genera la Responsabilidad Social Empresarial para obtener ventajas competitivas y mantener las relaciones entre los diferentes grupos de interés. Finalmente, la filantropía corporativa ha dejado de ser una actividad autónoma confiada a una fundación y forma parte, cada vez más, de las estrategias que contribuyen a realizar el objeto social de la empresa.

Esta investigación aporta los elementos teóricos como el modelo de gestión para la incorporación de la RSE en la organización y en los fundamentos epistemológicos de la responsabilidad social empresarial y su enfoque ambiental, que definitivamente ilustran la conformación de los aspectos teóricos referenciales de la investigación en curso.

Un año después a nivel de Venezuela Villegas (2017) en su tesis doctoral titulada: “Responsabilidad Social Empresarial en el Contexto de las Relaciones Laborales en las PYMES. Universidad Fermín Toro, UFT. Barinas Venezuela”. Esta investigación

se planteó como objetivo general describir la Responsabilidad Social Empresarial en el contexto de las relaciones laborales y su contexto para generar cambios actitudinales y transformaciones en las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) que repercutan en la transformación de los procesos empresariales, para la producción y productividad, contribuyendo al bienestar social y al ambiente, repercutiendo en la calidad de vida individual.

En esta investigación se presenta una visión emergente de las nuevas realidades del contexto empresarial de las Pymes. Teóricamente permite relacionar las variables, responsabilidad social empresarial, relaciones laborales y Pymes, que servirán como referencia y apoyo a otras investigaciones relacionadas a la temática abordada. Metodológicamente se empleó el método hermenéutico, orientado con una metodología de tipo documental mediante la revisión de bibliografía disponible sobre el tema, con un diseño bibliográfico de carácter descriptivo apoyada con un paradigma cualitativo. La población sometida a objeto de estudio está conformada por entrevistas de seis empresarios de forma aleatoria, el análisis discursivo de las entrevistas por las fuentes documentales, provenientes de diversos medios como son: libros, revistas, tesis, internet, artículos.

Los resultados obtenidos infieren que la transformación de las políticas empresariales y la RSE en el contexto de las relaciones laborales y con el medio deben involucrar la práctica responsable y espontánea por parte de las empresas y no como una imposición del Estado, para lograr una visión holística y sistémica con respecto a la RSE, satisfaciendo las necesidades y demandas de su entorno, donde la responsabilidad Social Empresarial implica un cambio actitudinal.

En este sentido se trata de concienciar al sector empresarial que asuman la Responsabilidad Social dentro de sus principios y valores que debe ser incorporado como una herramienta estratégica y competitiva, para que se produzcan cambios de conciencia en un orden superior para el desarrollo de la empresa, y romper con los viejos esquemas de actuación. El aporte de esta investigación consistió en contribuir con los elementos teóricos de la RSE, donde los análisis de los discursos soportan el

carácter de la responsabilidad Social Empresarial articulada a los cambios actitudinales en el talento humano organizacional desde una mirada hermenéutica.

A nivel Latinoamericano destaca el trabajo de investigación de Cardona, Del Río y Guacarí (2017), titulado: “Responsabilidad Social Empresarial y construcción de la marca: una nueva mirada a las estrategias de gestión”, cuyo objetivo consistió en describir el hecho de que Responsabilidad Social Empresarial, se ha estudiado principalmente desde una perspectiva de desempeño financiero; de aquí que haya poco desarrollo entorno a la relación que existe entre la RSE y el proceso de construcción de marca, denominado Branding.

De tal manera que definen el Branding como una importante estrategia para generar efectos positivos en las empresas. De allí que los autores realizan una aproximación a esta discusión, aportando elementos que permiten entender como desde la responsabilidad social empresarial se puede gestionar la marca de las empresas, de modo que se generen estrategias que impacten positivamente la organización a todo nivel.

Los hallazgos denotan que una adecuada gestión de la RSE, combinada con la gestión correcta de la marca puede tener incidencia en el crecimiento y en la rentabilidad de las empresas. Dentro de sus aportes propone que es posible clasificar la aplicación de la Responsabilidad Social Empresarial desde dos dimensiones; Externa e Interna. Respecto a la dimensión externa, está relacionada a la empresa con el entorno, mientras que la dimensión interna se refiere a la empresa en sí misma.

Este trabajo de investigación aporta elementos teóricos como la clasificación de la RSE en dimensiones; aunado a que aplicada como estrategia, realmente impacta en positivo la reputación y la legitimidad de la empresa, es decir, que pueden fortalecerse a través de la RSE, ya que es una manera práctica que puede lograr la rentabilidad y al mismo tiempo satisfacer las demandas y necesidades de los interesados.

A nivel mundial se destaca como antecedente el Plan de Responsabilidad Social RSE (2018) del Ayuntamiento de Valladolid España, en específico la empresa

prestadora del servicio de agua AQUAVALL, en el cual se expone como propósito que es fundamental la aplicación de la Responsabilidad Social y Medioambiental para colaborar con el cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS). En este sentido, fija como objetivo que el cumplimiento de los Objetivos del Desarrollo Sostenible debe de ser algo más que un propósito, debe entenderse como un deber tanto para las administraciones públicas como para las empresas privadas. Por ello el trabajo debe contribuir a mejorar la salud y la calidad de vida de las personas, reducir el impacto ambiental y fomentar el compromiso responsable en el uso del agua.

Además de ello, AQUAVALL entiende que la comunicación es muy importante a la hora de difundir los valores del agua como “Derecho Humano”, así como de la importancia de que nuestros ciudadanos entiendan que es el Desarrollo Sostenible y la importancia de que todos colaboremos para hacerlo posible, teniendo como visión ser una entidad pública referente en cuanto a la gestión responsable y sostenible del ciclo integral del agua al servicio de los ciudadanos, y convertirse en modelo de gestión municipal.

Este plan involucra un conjunto de estrategias, destacando las siguientes:

1. Fijar el marco de referencias institucional: principios motivadores y bases de apoyo del Plan de RSC de AQUAVALL: Misión, Visión, Valores, y otros principios.
2. Identificación de grupos de interés, los temas relevantes y oportunidades; los grupos de interés identificado, fuentes y oportunidades en la cadena de valor.
3. Definición de objetivos:
4. Ser líderes en responsabilidad y sostenibilidad en el sector del agua.
5. Integrar la Responsabilidad Social como modelo de gestión empresarial más allá de la calidad.
6. Lograr la consolidación de un modelo basado en una visión a largo plazo que asegure la creación de valor para todos los Grupos de Interés, teniendo en cuenta criterios ambientales, sociales y reputaciones.

7. Establecimiento de compromisos: Propuesta de temas relevantes; pilares y compromisos del plan RSC; gobierno responsable, personas, comunidad sostenibilidad.

Como resultados se destaca la estrategia de difusión de la relación del agua con los hábitos saludables al unir el agua a la salud y a una vida sana es fundamental para verlo como prioritario en nuestras vidas, una buena hidratación contribuye a mejorar la salud. En el deporte se trata de apoyar clubes de Valladolid, deportes minoritarios relacionados con el agua como el piragüismo y continuar con las colaboraciones que desde el servicio de agua se venían haciendo con los clubes de rugby, baloncesto sillas de ruedas, por la difusión de la cultura del agua que hacen ligada a sus proyectos más solidarios que irán unidos al ambiente.

Además de ello, en la alimentación y nutrición: Convenio con dietistas para difundir la importancia del agua en la salud así como contactar con asociaciones locales que divulguen el cuidado a nuestros ríos y que realicen actividades que pongan en valor el río en nuestra ciudad. Este trabajo es la guía para la elaboración de la propuesta de este trabajo de investigación.

Rincón, Montoya y Vélez (2018). En su investigación titulada: “Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en organizaciones del sector construcción en Medellín. Colombia”, se plantean como propósito describir las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial empleadas por las empresas del sector construcción en Medellín, considerando que la responsabilidad social sigue siendo tema de especial interés para organizaciones y empresas dada su correspondencia con los nuevos retos globales. La metodología empleada se manifiesta bajo el paradigma holístico integrado, de tipo descriptiva bajo un diseño contemporáneo de fuente mixta-transeccional descriptiva. Se realizó una revisión documental que posibilitó la conceptualización de variables objeto del estudio, al tiempo que se aplicó una escala estructurada con base en un cuestionario de 15 ítems, teniendo como unidades de información a los encargados de la función de Responsabilidad Social de las empresas del sector construcción inscritas en FENALCO Antioquia.

Los hallazgos evidencian que la práctica de la Responsabilidad Social Empresarial en las organizaciones objeto de estudio es muy joven, pues evidencian menos de 10 años de práctica y está enfocada en estrategias orientadas a la comunidad y a los trabajadores. Se verifica también que aplican estrategias de Mercadeo Socialmente Responsable y usan fundamentalmente herramientas del ambiente con lo que se vislumbra como una estrategia de Responsabilidad Social Empresarial de iniciación. Se recomienda la diversificación de estrategias de responsabilidad social en correspondencia con los factores e indicadores que proveen las diversas herramientas y mecanismos de Responsabilidad Social Empresarial.

Como conclusión consideran que la Responsabilidad Social Empresarial influencia aspectos empresariales como calidad, productividad, competitividad, identidad, imagen y reputación. Asimismo, la RSE se rescata como una dimensión interna de las empresas, la dinámica organizacional y por ende abocada a los colaboradores internos y grupos de interés con estrecha vinculación al nivel operativo organizacional, lo que establece un reflejo en la cultura y el clima organizacional; al tiempo que a nivel de los grupos de interés externos a la organización, perciben los aspectos de responsabilidad mediante las dinámicas de prestación de servicio y comercialización de la empresa.

Cabe resaltar, que esto a menudo genera posicionamiento, fidelización y generación de valor de la marca empresarial y sus marcas asociadas. Por tanto se hace necesario realizar un mayor esfuerzo al orientar las estrategias de RSE en torno a los públicos organizacionales y grupos de interés de manera equilibrada. Se recomienda en este sentido crear un mapa de públicos y grupos de interés en torno a las empresas del sector construcción.

Esta investigación orienta el trabajo que se está desarrollando dado que la misma se aplica a un caso en particular y pauta el norte o camino a seguir para lograr el objetivo que se ha establecido para proponer estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Responsabilidad social empresarial (RSE)**

Según Pérez, Espinoza y Peralta. (2016), al citar a Antelo y Robaina (2015) sostienen que “la responsabilidad social empresarial es el compromiso continuo de contribuir al desarrollo económico sostenible, mejorando la calidad de vida de los empleados y sus familias, así como la de la comunidad local y de la sociedad en general” (p. 169).

De allí que para aseverar que una empresa es socialmente responsable su gerencia y trabajadores así como sus propietarios deben estar conscientes del efecto que las operaciones de la organización puede ocasionar al interior y al exterior de la empresa, es decir, tanto en su contexto interno como en el externo.

De tal manera que con la aplicación de la RSE no se trata de generar un comportamiento ético a lo interno de la empresa sino que dentro de ella se promueva la ética y una cultura organizacional cuyo enfoque central debe generar valor agregado o la obtención de mejores resultados financieros, a la vez que compromete a actores internos como los colaboradores y accionistas, y actores externos como clientes, proveedores y distribuidores o como se les conoce los involucrados o grupos de interés (Stakeholders).

Por lo tanto, el concepto de la responsabilidad social empresarial debe entenderse como parte de un proceso de transformación evolutivo que el mundo empresarial ha tenido que llevar a cabo para pasar de sociedad industrial antigua, a una más actual, globalizada y responsable, consciente y comprometida con la conservación del ambiente y de la sociedad en su conjunto.

No obstante, Vives, A. (2011), sostiene que:

Las empresas deben desarrollar una estrategia de responsabilidad cuidadosa, tomando en cuenta sus valores, el entorno competitivo en el que opera, el impacto de los impulsores y la posibilidad de capturar beneficios entre otros aspectos. La empresa puede querer involucrarse en prácticas responsables porque “es lo que hay que hacer”. Esto es perfectamente válido, pero la envergadura, la secuencia, el tipo de prácticas debe ser parte de una estrategia. Para ello, la educación de los empleados, gerentes, dueños son ingredientes importantes, como lo es la estrategia de comunicación (p. 359).

Es decir, que no es responsabilidad de la empresa resolver los problemas sociales medulares, así como tampoco las carencias de los gobiernos. Ahora bien, lo que no puede hacer la empresa es permanecer insensible ante los problemas; haciéndose necesario formalizar responsabilidades en éstos.

Constantemente, dentro de las empresas las personas actúan en nombre de ella; aunque, casi nunca lo hacen a título propio y estas actuaciones son un potencial; ya que la RSE es una tarea desde dentro de la empresa; cuyos actores son los individuos que las conforman articulando las acciones y recursos económicos hacia resolver problemas del entorno; como de responsabilidad social de la empresa. Sin embargo, se considera que la responsabilidad jurídica, es muy distinta de la RSE, diferenciándose por el rol que cumpliría en la sociedad. Aun cuando, la visión de los involucrados a lo interno de la empresa es lo valioso para la responsabilidad social; también lo es la gestión basada en encontrar escenarios empresariales para la competitividad en prácticas responsables.

Dimensiones y ámbitos estratégicos de la responsabilidad social empresarial.

Al respecto, Pérez, Espinoza y Peralta. (2016), en cita de Cajiga (2013): reconocen que:

La responsabilidad social empresarial presenta cuatro líneas, dimensiones o ámbitos estratégicos de aplicabilidad que son: ética y gobernabilidad empresarial; calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo); vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo así como cuidado y preservación del ambiente.

Ahora bien, lo cierto es que todas las dimensiones y ámbitos estratégicos que intervienen en la RSE requieren de una aplicación muy planificada y organizada dentro de las organizaciones, de tal manera que la visión y misión de la organización debe estar alineada en toda la organización o institución de forma cuidadosa en función de preservar los recursos, el ambiente y la comunidad. En fin se destaca, que la razón de ser de la empresa es generar riquezas económicas y sobre esta base, se gesta el compromiso con la convicción total de los involucrados en la RSE, incluyendo consumidores, el gobierno y los empresarios, para hacer viable que la RSE pueda implantarse y quedarse como una nueva manera de hacer negocios.

En este orden de ideas Vives (2011) argumenta que la responsabilidad Social Empresarial implica:

Producir bienes y servicios que la sociedad demanda, pero esos bienes y servicios deben ser responsables, que cumplan su función, que satisfagan las necesidades de la sociedad y no solo de las empresas, que hagan lo que dicen que hacen, que no produzcan daños a las personas y al medio ambiente, que hayan sido producidas con prácticas responsables, con los trabajadores, con insumos no dañinos [...]. Responsabilidad no es tener, más clientes y venderles más productos, responsabilidad es venderles los que le son útiles (p. 57).

Se considera que las actuaciones empresariales o institucionales aparte de ser responsables deben ser sostenibles desde tres ángulos a saber; el económico, basado en la mejora de la competitividad empresarial, en el descubrimiento, creación e innovación, formación y desarrollo de capacidades a lo interno y externo de la empresa. En el ángulo ambiental se contempla la gestión racional de los medios naturales impulsando actividades para la preservación y conservación ambiental. Y finalmente, ser sostenible socialmente a través de promover igualdad de oportunidades, la cohesión social, mientras maximizan los beneficios empresariales.

Son múltiples los autores que hablan de la RSE y definen elementos que indican que esta es la respuesta de las empresas a las expectativas de la sociedad; así mismo, es considerada la integración en las operaciones de la empresa de políticas y actuaciones que recogen las preocupaciones sociales y medioambientales con la finalidad de impulsar en paralelo al desarrollo de su actividad económica. Adicionalmente, es concebida como un compromiso firme y voluntario de la empresa con prácticas honestas, transparencia en la gestión y respeto por el desarrollo del entorno.

En ese mismo sentido, es vista como una actividad estratégica adicional en la competencia comercial, que es rentable y suma un valor agregado a la empresa. Una empresa socialmente responsable toma decisiones conscientes con el fin de lograr un equilibrio entre la gente, el planeta y el beneficio económico; respetando el principio de competitividad de las empresas, es decir, debe ser un instrumento que permita competir en los mercados.

En definitiva, se considera que la RSE: Es un nuevo paradigma empresarial que es: voluntario, auto regulado, rentable y capaz de contribuir a un mundo más humano, eficiente y sustentable, dado que promete beneficios a las empresas tales como: Fidelidad y aprecio de sus clientes, confianza y transparencia con sus proveedores, oportunidades para nuevos negocios e imagen corporativa positiva y estima de la sociedad, aumento de la productividad y la rentabilidad, compromiso y adhesión de sus empleados, mejoramiento de la cultura organizacional y finalmente, la confiabilidad y respaldo de los mercados financieros e inversionistas. Véase el siguiente cuadro.

### **Cuadro 1**

#### **Noción de RSE, según diversos autores**

<b>Autores</b>	<b>Concepto de RSE</b>	<b>Elemento distintivos</b>
Vives (2011)	Gestión empresarial socialmente responsable. Complementar el planteamiento teórico y metodológico como su aplicación práctica, aportando una mirada crítica que sitúe en el contexto de intereses cruzados los avances en materia de RSE.	Fundamento ético de la RSE. Educación en valores de la responsabilidad. Consumo socialmente responsable. Aportación de las organizaciones de la sociedad civil como agente activo en la gestión socialmente responsable.
Pérez, Espinoza y Peralta. (2016)	Cuatro ámbitos estratégicos de aplicabilidad: ética y gobernabilidad empresarial; calidad de vida en la empresa (dimensión social del trabajo); vinculación, compromiso con la comunidad y su desarrollo; así como cuidado y preservación del ambiente.	Ética y gobernabilidad empresarial.
Moreno y Chaves (2017)	Avanzar hacia una sociedad y una economía más competitiva, productiva, sostenible e integradora. Sus principales líneas de acción vienen referida a la gestión de los recursos humanos en las empresas, y el fomento del empleo.	Competitividad económica. Gestión de los recursos humanos, empresariales y el fomento del empleo.

**Fuente:** Aguilar (2021).

En base a estas nociones, se puede definir la responsabilidad social empresarial en términos de compromiso; cuyas dimensiones lo llevan a que sea de tipo económico, social y ambiental, que impactan la gestión de la empresa en términos de competitividad; donde el compromiso asumido obliga a que la institución o empresa asuma el entendimiento del entorno donde opera; a la vez que debe tener claro el entendimiento de su entorno organizativo, como los reglamentos, manuales de

funciones y procedimientos administrativos y leyes a las cuales está sujeta la institución.

### **2.2.2. Factores que implantan la RSE en las empresas**

1. Las nuevas inquietudes y expectativas de la población, comunidades, consumidores, poder público e inversores en el contexto de la globalización y el cambio industrial a gran escala.
2. Los criterios sociales influyen cada vez más en las decisiones de inversión de las personas y las instituciones tanto en calidad de los consumidores como de inversores.
3. La preocupación cada vez mayor sobre el deterioro medioambiental provocado por la actividad económica.
4. La transparencia de las actividades empresariales propiciada por los medios de comunicación y las modernas tecnologías de información y comunicación.

Por consiguiente, lo trascendental de la implantación de la RSE es que esta se concibe como una invitación al cambio de comportamiento empresarial, mediante la incorporación de aspectos ambientales más allá de lo que pretende la ley; lo que se traduce en el compromiso voluntario que las empresas desarrollan frente a las expectativas y acciones establecidas con los Stakeholders en relación al desarrollo humano integral.

### **2.2.3. Características y dimensiones de la RSE**

Destacan dentro de ellas la visión integral de negocios, donde la institución o empresa, crea valor económico en términos de beneficio económico, así como el ambiental para preservar el planeta y finalmente, el social para atender a las personas. En igual forma, la RSE está integrada en todos los procesos del negocio; lo que significa que las decisiones de negocios buscan un equilibrio entre los intereses de los diferentes actores involucrados.

En contraste, la RSE es personalizada; ya que cada empresa implementa la RSE de manera diferente, dependiendo del tamaño de su entorno, sector, cultura empresarial y estrategia. Así mismo, la RSE es una estrategia de negocios que genera ganancias

económicas a mediano y largo plazo ya que reduce sus costos optimizando procesos, genera crecimiento con el surgimiento de nuevos productos, mercados y consumidores y finalmente, se perfecciona la imagen de la institución o empresa.

De igual modo, se tiene que la RSE perfecciona el modelo de gestión sustentable, incidiendo en la cultura organizacional. Ahora bien, dentro de los elementos que caracterizan la RSE se tienen entre otros los siguientes:

1. Compromiso de la empresa: se refiere a la responsabilidad de las empresas de operar de tal forma que agreguen valor a la sociedad.
2. Decisión voluntaria: el enfoque es de carácter exclusivamente voluntario y no regulado por la ley.
3. Beneficio para la sociedad y público de interés: es decir, clientes, consumidores, proveedores, empleados y la comunidad deben beneficiarse de las operaciones de la empresa.
4. Conducta ética: esta trasciende las expectativas tradicionales de negocios e incluye las expectativas de la sociedad.
5. Desempeño ambiental: el cuidado del ambiente comúnmente es resaltado.
6. Adaptabilidad: al contexto y a la rentabilidad de la sociedad en la que opera la empresa.

En consecuencia, caracterizar la RSE implica enmarcarla en base a un estándar de calidad donde los involucrados en ésta, que son los compradores, usuarios, gerentes y comunidad en general; demandarán a las empresas e instituciones sus necesidades; en función a ello, se dimensiona como un compromiso voluntario de la empresa que ejecuta acciones que llevan a realizar un bien común. De allí que, se llega a considerar; que es un riesgo para la gestión empresarial, no implantarla. En este contexto característico, Medina, Ramírez y Hernández (2017), sostienen que en las dimensiones de la RSE se realzan cuatro niveles que deben atenderse tales como:

1. Estimular a la industria para mejorar su desempeño ambiental y social a través de iniciativas voluntarias que incluyan sistemas de gestión ambiental, códigos de conducta, certificación, directrices sobre informes de sostenibilidad u otros estándares, entre otras. 2.- Propiciar el diálogo entre empresas y comunidades, incluidos todos sus

partícipes. 3.- Incorporar el desarrollo sostenible en la toma de decisiones de las organizaciones, y 4.- Desarrollar asociaciones y programas con base en los lugares de trabajo que incluyan educación y entrenamiento (p. 2).

Bajo estos niveles, se gesta el compromiso voluntario de las empresas e instituciones para cumplir con los fines interno y externo, circunscribiendo las expectativas económicas, sociales y ambientales de los participantes, exponiendo el respeto humano, valores éticos, la comunidad intervenida y el ambiente, para un bien mayor; que es la reconstrucción de la sociedad como una respuesta hacia la humanidad. De allí que, para establecer estándares para evaluar y valorar o premiar la responsabilidad social de la empresa e instituciones es necesario hacerlo en función del índice de desarrollo humano y calidad de vida, posibilitando con ello que se enfrente realmente las verdaderas problemáticas sociales.

Otro aspecto, que define la actuación institucional es el punto dos planteado en la cita de Medina, Ramírez y Hernández (ob. cit.), cuando deja descubrir que existe el riesgo de que la institución o empresas, no logren consenso y acuerdos que beneficien a las comunidades y a la empresa. Es bien conocido, que a lo interno de las empresas e instituciones poco se habla de RSE, con los grupos de interés, esto a pesar de que existe información para accionistas, gerentes, clientes, usuarios, proveedores, pero con la comunidad circundante es poca la articulación, lo que ocasiona un vacío social.

Esta situación causa una brecha amplia de responsabilidad que debe ser asumida, que perfectamente pudiera traducirse; en que en época de crisis, las instituciones públicas en general, ven reducidos sus presupuestos para costear proyectos en ambiente, sociedad y economía. De manera tal que, cada año, las instituciones están sometidas a recortes y reconducción de los presupuestos, lo que impide cumplir sus planes operativos a cabalidad, debiendo ajustar sus metas planificadas; y lo mismo ocurre con los planes y proyectos en materia, los presupuestos son recortados o reconducidos y las metas de RSE no son alcanzadas. Ahora bien, es vital conocer y manejar el concepto de RSE, por lo que resulta prometedor presentar las definiciones de RSE desde la óptica de las siguientes organizaciones:

## Cuadro 2

### Noción de RSE desde la óptica organizacional

Organización	Concepto de RSE
Comunidad Europea	Inspirada en el Libro Verde de la Comunidad Europea y quiere decir que la RS es el compromiso que tenemos por nuestros impactos en la sociedad.
ISO 26000	El compromiso de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medioambiente, a través de un comportamiento transparente y ético.
El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)	La obligación de responder ante la sociedad en lo general y ante algunos grupos en lo específico.
Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresaria (IARSE)	Es la obligación que los miembros de una comunidad tienen para preservar las buenas condiciones de su alrededor.
Fundación PROHUMANA	Es el compromiso que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad local y global.
Organización de las Naciones Unidas (ONU)	Es la conciencia sobre el impacto que nuestras decisiones tendrán en la sociedad en el futuro.
Comisión Europea	La integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores (stakeholders: accionistas, trabajadores/as, proveedores, clientes, y entidades sociales del entorno).
Pacto Global (2004)	“Ser socialmente responsable implica todo un modo de hacer negocios, que se manifiesta a través de las relaciones con la comunidad, el trato con los empleados y el respeto al medio ambiente. El respeto a estos principios hace a las empresas más competitivas, pues así contribuyen a generar un ambiente de negocios favorable para la inversión, el desarrollo económico y la modernización del país”.

Fuente: En base al planteamiento de Vergara y Vicaría. (2010) p. 60

En este contraste se destaca como elemento común que cada organización le imprime la connotación al concepto de RSE de compromiso y obligación en términos de bienestar social; tanto para el contexto dentro de la institución como fuera; es decir, la comunidad y el ambiente. De allí, que con la RSE se promueva la búsqueda de lo mejor para la sociedad en un marco de gobernabilidad.

#### 2.2.4. Teorías de la Responsabilidad Social Empresarial

##### 2.2.4.1. La teoría de los grupos de interés

Se conoce, que esta teoría nace inicialmente como una vertiente de la teoría estratégica, pero posteriormente en la década de los noventa, presenta una transición

hacia la ética de los negocios para después, en la primera década de este siglo, considerar la teoría de los Stakeholders como libertaria desde un punto de vista pragmático; por lo que se destaca la versión estratégica de la teoría. Al respecto Navarro (2016), sostiene que:

En primer lugar, y precisamente en atención a éstos, nos remitiremos a la Stakeholders Theory que a decir de algunos estudiosos de la RSE ha adquirido singular relevancia [Ullman, 1985, Gray, et. al., 1995, 1996 y 1997; Donaldson y Preston, 1995; Mitchel et. al., 1997; Roberts, 1992], la definición más generalmente aceptada sobre el concepto de Stakeholders es precisamente la que proporciona Edward R. Freeman [1984: 25] que, con la publicación de su estudio “Strategic management: A Stakeholders approach”, señala que los “partícipes son cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, los que pueden tener un sin fin de formas y clasificaciones y que además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa (p. 17).

De tal manera, que los Stakeholders son aquellos grupos que afectan o son afectados por el logro de los objetivos de la organización, institución o empresa, donde los responsables socialmente son los propietarios, gerentes, directores institucionales frente a los grupos de interés que demandan actos u acciones de los encargados de generar actos socialmente responsables. Cabe resaltar, que la empresa, organización; y en este caso la institución tiene como misión obtener beneficios monetarios, mediante la prestación de un servicio o elaboración de un producto, donde sus integrantes gerentes, directores y trabajadores son los que se comprometen de manera voluntaria a cumplir la RSE.

Así mismo, Cansino y Morales (2008) sostienen que: “las actividades de RSE son entendidas como acciones que ejecuta el área de marketing con el objetivo de posicionar la marca de la empresa entre las personas y grupos directamente relacionados” (p.18); es decir, que la RSE contribuye al prestigio o buena imagen de la empresa o institución. Además se debe considerar, que en la gestión e implementación de los programas de responsabilidad social empresarial, es necesario fijar las características del sector dentro del cual opere la institución, en este caso es una institución prestadora del servicio de agua potable y saneamiento; así como de los

intereses establecidos por sus Stakeholders, para la cual se según Castellanos y Castellanos (2009); el desarrollo de una serie de fases, las cuales se exponen a continuación:

**I Delimitación del impacto de los procesos empresariales:** la empresa debe partir de establecer el área de impacto de los procesos que desarrolla tanto en lo externo como lo interno, con el objetivo fundamental de evaluar tanto la acción actual, como el impacto futuro una vez implementados los programas de gestión de la responsabilidad social. **II. Diagnóstico y medición del impacto de los procesos de la empresa en el área delimitada:** en esta fase se debe valorar el impacto tanto cualitativo como cuantitativo generado a partir de los procesos que efectúa la empresa en el área de impacto, para ello debe considerarse todos los elementos del entorno, entre ellos el socioeconómico, ambiental, cultural, geográfico y tecnológico. Enfatizando en la evaluación de la imagen actual de la empresa ante la comunidad en la cual se desempeña. **III. Identificación y agrupación de los impactos por áreas de responsabilidad social:** a partir de la medición del impacto de los procesos, así como de los intereses de los stakeholders se procede a su agrupación en correspondencia con las áreas de responsabilidad, tomando en cuenta las características de la empresa, así como de la economía del país en el cual opera ésta. **IV. Diseño e implementación de estrategias de responsabilidad social:** En esta fase se parte de la revisión de la orientación de la empresa hacia la responsabilidad social, analizando la misión y visión de la misma, así como la cultura organizacional, los objetivos y estrategias en la que se plantea los alcances y medios para alcanzar un comportamiento socialmente responsable de la empresa en su medio. Mientras que las metas básicas de un programa de responsabilidad social deben considerar esencialmente la conservación del medio, el aporte al desarrollo sustentable, la creación de empleos permanentes, la capacitación y seguridad de los recursos humanos en diversas áreas.(p. 8).

Es decir, que se deben desarrollar estas cuatro que fases que permiten el diseño e implementación de estrategias de RSE, en concordancia con las obligaciones éticas y morales de la institución; así como posibilidades de empleo, el cuidado del ambiente, el mejoramiento de la calidad de vida de los ciudadanos del área de influencia institucional.

#### 2.2.4.2. Teorías Integradoras

En ello, se hace mención a las obligaciones de carácter económico, legal, ético y filantrópico, que comprometen el cumplimiento de las empresas al momento de su constitución; a fin de obtener una licencia de operaciones que le garantice la aprobación bien sea por los organismos legales correspondientes o por la misma colectividad para desempeñar satisfactoriamente sus objetivos.

De tal manera, que para realzar el carácter integrador de las teorías de RSE Navarro (2016) quien cita a Carroll (1979) en su trabajo denominado: A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, plantean:

La responsabilidad Social Empresarial como un instrumento que debe incorporar en su esencia lo económico, legal, lo ético y discrecional. Lo económico, pues indudablemente toda sociedad mercantil persigue la obtención de utilidades, contemplando actividades que coadyuven al enriquecimiento de sus socios. Lo legal ya que una Empresa para su permanencia debe apegarse a un marco normativo que le dé la validez en su ejercicio. Lo ético sin lo cual no existiría el equilibrio social, aun cuando la legislación no prevea la conducta fundada en valores y principios, la misma debe guiarse a través de la ética lo que ocasionará la protección social y ambiental. Finalmente lo discrecional, que no se encuentra plasmado en la ley - al igual que la ética- y que dependerá de la voluntad del ciudadano corporativo en contribuir o no con causas sociales, que en algunos casos pueden consistir en donaciones filantrópicas que por naturaleza no le proporcionara ganancias (p .s/n).

Valga recalcar, que en esta teoría priva la visión de la empresa visualizada desde la concepción instrumental, que maximiza el valor de las acciones empresariales como criterio superior para evaluar las actividades sociales inherentes, materializadas en inversiones sociales en un contexto competitivo; así como el incremento de la capacidad empresarial para lograr mayores resultados que sus competidores, centrándose en los recursos humanos, organizativos, físicos y en las operaciones organizativas, estratégicas por las cuales los directivos adquieren dichos recursos, los modifican, integran y combinan para generar nuevas estrategias innovadoras del valor.

### **2.2.4.3. Teorías de Carácter Político**

El principal fundamento de esta teoría, son las ventajas y compromisos que obtienen las empresas o instituciones, una vez que adquieren poder social; mediante la influencia que tiene esta, en el entorno en la cual opera. En este sentido, Navarro (2016) al citar a Davis (1960) sostiene que:

A medida que una sociedad mercantil evoluciona y aumenta su producción, sus empleados y por tanto su riqueza, tendrá toma de decisiones que afectarán de alguna u otra manera a la comunidad donde ejerza sus actividades. Razón por la que la Empresa creará una especie de “contrato social” en aras de mantener la armonía entre la entidad y dicha sociedad, asumiendo una conducta responsable que permita el desarrollo de sus objetivos pero que a su vez respete los derechos de los grupos involucrados (p. s/n).

Es decir que, las teorías de carácter político implican el manejo del control social que adquieren las empresas en la sociedad, cuya aplicabilidad comprende la necesidad del uso responsable en el ámbito político cuyo comportamiento regulan las acciones y las estrategias para lograr los objetivos; sin presión, voluntariamente establecido con parámetros de conducta que en ningún caso son obligatorios, mediante la aplicabilidad de valores y principios que constituyen la RSE.

### **2.2.4.4. Teorías de la Ética y la Moral en las Empresas e Instituciones.**

Es una reciente teoría, donde se destaca establecer los principios fundamentales, la ética y moral del actuar de las empresas; tanto públicas como privadas, siendo así las protagonistas de una determinada área, al desarrollar sus actividades tomando en consideración los diversos grupos de interés. En este sentido, Freeman (1983) exteriorizó que:

Se hace necesario distinguir dos grupos fundamentales: los Stakeholders en sentido amplio, y los Stakeholders en sentido restringido. Los primeros, son aquellas personas o grupos que pueden incidir en los objetivos de la empresa o verse afectado por las operaciones de la misma. Mientras que el segundo grupo, serían aquellas personas o grupos que se ven involucrados de manera directa o indirecta con la organización. destaca además el autor, pueden existir diversos intereses para los grupos involucrados, de carácter económico o intereses de capital, así como ejercer distintas formas de poder,

atinentes a la política o a lo económico, condiciones que afectarán de manera negativa o positiva, la ejecución de los proyectos que se tengan (p. s/n).

Es decir que, se destaca la relevancia del desarrollo de proyectos sociales por parte de las empresas e instituciones, como medios restaurativos de la sociedad; en tal sentido, Reyes, (2013): “La responsabilidad social empresarial más allá de crear un compromiso entre las empresas y sus trabajadores ha de incluir igualmente a la comunidad” (p. 24). Estos compromisos son voluntarios e inciden en la consolidación y crecimiento de las pequeñas y medianas empresas, e instituciones de carácter público como un principio clave que genera solidez y capacidad de desarrollo al incrementar la ventaja competitiva en las empresas en aspectos tales como: estructura de costos, talento humano, clientes, innovación, gestión del riesgo, la reputación y resultados financieros.

De tal manera, que la ética y la moral son principios que aplican las empresas e instituciones para impulsan la innovación productiva, generando beneficios y manteniendo la prosperidad empresarial; en aspectos económicos, sociales y ambientales que orientan la toma de decisiones de una empresa, organización e institución en alcanzar sus objetivos y que a la vez estos vayan más allá del enriquecimiento mediante la protección del entorno comunitario empresarial.

### **2.3. Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

En función del concepto de estrategia se tiene que Drucker en el año 1954, fue uno de los primeros en mencionar el término estrategia en la administración, considerándola en base a dos preguntas: ¿Qué es nuestro negocio? y ¿Qué debería ser?, en este sentido consideró que esta es una decisión presente con un efecto futuro, y que el tiempo de la estrategia es indeterminado; porque la estrategia establecida sólo es válida hasta la próxima maniobra propia o ajena.

De tal manera, que desde un enfoque amplio de estrategia, temas tales como el posicionamiento, la visión, el plan y el patrón integrado de comportamiento, son manejados para definir este término. Otros autores como Chandler en el año 1962; la definen como la determinación de metas y objetivos básicos de largo plazo de la

empresa, sumado a la adición de los cursos de acción y la asignación de recursos necesarios para lograr dichas metas.

No obstante, es Mintzberg en el año 1987; quien brinda la definición más completa de estrategia, identificando cinco definiciones de esta, partiendo de varios caracteres del término; siendo una primera a través del Plan, estando obligado a desarrollarlo, mediante un conjunto de pasos; en este sentido, las estrategias tienen dos características esenciales: se elaboran con anticipación a las acciones para las que se aplican, y se plantean de forma consciente e intencional.

Por consiguiente, el concepto de estrategia ha sido objeto de muchas definiciones; lo que indica que una definición universalmente aceptada, no está disponible dentro de la comunidad científica. Por lo tanto, en función del planteamiento heterogéneo disponible se distingue que estrategia según Ronda (2002) compila que es: Un conjunto de relaciones entre el medio ambiente interno y externo de la empresa; un conjunto de objetivos y políticas para lograr objetivos amplios. O como señala Ansoff, (1976) la dialéctica de la empresa con su entorno, así como también es considerada una forma de conquistar el mercado; la declaración de la forma en que los objetivos serán alcanzados, subordinándose a los mismos y en la medida en que ayuden a lograrse. Y finalmente la estrategia es la mejor forma de insertar la organización a su entorno.

Bajo este marco conceptual, se concluye que existe concordancia teórica dentro de los autores que estudian la RSE, de que es importante que las empresas e instituciones establezcan estrategias que permitan transmitir los valores de la responsabilidad social de la empresa a la sociedad y viceversa; esto pasa a convertirse en una demanda imperativa dentro de las relaciones empresa – sociedad. En este sentido, se reafirma la noción de estrategia de Ronda (ob. cit) al considera que es:

Una herramienta de dirección que facilita procedimientos y técnicas con un basamento científico, que empleadas de manera iterativa y transfuncional, contribuyen a lograr una interacción proactiva de la organización con su entorno, coadyuvando a lograr efectividad en la satisfacción de las necesidades del público objetivo a quien está dirigida la actividad de la misma (p. s/n).

En otras palabras, al aplicar estrategias de responsabilidad social empresarial es necesario conocer las necesidades de la comunidad en las principales decisiones que se ejecutan, a la vez que se hace público el compromiso con la sociedad y los logros que alcanza. Así como desarrollar esquemas de liderazgo participativo, solidario y de servicio y respeto a la dignidad humana, actuando con base en un código de ética. De tal manera, que se debe fomentar el desarrollo humano y profesional de la comunidad laboral y de sus familias.

Otro elemento importante, es que se deben incorporar las políticas de recursos humanos que afectan a los trabajadores, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, capacitación, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, salud, seguridad laboral, entre otros. En igual orden, es conveniente apoyar el desarrollo de programas sociales en correspondencia a la actividad productiva o de servicios que desarrolla, como parte de la estrategia de negocios de la empresa e institución. Así mismo, es de utilidad que las empresas e instituciones impacten con estrategias de RSE para preservar y conservar el entorno ambiental de manera ecológica en todos y cada uno de los procesos de operación y comercialización que ejecuta. Esto permite, involucrarse en el desarrollo económico de la comunidad; a través de la aplicación de los objetivos generales de negocios en comunidades desfavorecidas, para beneficio mutuo de la empresa y la comunidad.

Finalmente, dado el carácter voluntario de la RSE, es imperativo que la empresa e institución participe, en mancomunidades con diversos sectores que, en conjunto con las organizaciones de la sociedad civil y el estado, permitan atender las necesidades sociales prioritarias de una comunidad.

Ahora bien, para identificar los elementos de compromiso con la sociedad según las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) que desarrollan las empresas e instituciones, Schulze y Capriotti (2010), sostienen al respecto que:

La RSE se convierte en un activo intangible (y vector estratégico transversal) que forma parte de los nuevos enfoques y planteamientos estratégicos que deben ser gestionados por la empresa para crear valor. La estrategia en la empresa requiere de una constante adaptación y así lo comprenden quienes tienen la misión de incorporar las nuevas perspectivas de la RSE en sus compañías. Este proceso

implica la generación de cambios en las personas y en las culturas empresariales más que en las estructuras; en las mentes más que en los organigramas; en los niveles de compromiso más que en los procesos (p. 9).

Es decir, que la gerencia empresarial o la dirección institucional voluntariamente, al aplicar estrategias de RSE, se ocupa de la sociedad en la que la que desarrolla su acción, lo que genera valor agregado o prestigio empresarial, ya que se emplean las fuerzas intelectuales o capital intelectual representado en el talento humano, que son los operarios para la consecución de los objetivos articulados al plan estratégico que orienta la toma de decisiones en el área de RSE. Por tanto se identifican como elementos de compromisos de la RSE las ventajas para:

### **1. Mejor ambiente laboral**

Dado que, el talento humano es el que imprime su fuerza de trabajo para el logro de los objetivos y el rendimiento del negocio, ya que la RSE parte de la visión del negocio, lo que hace que forme parte de la cultura organizacional. De allí que, los trabajadores desarrollan un ambiente amigable que trascienden los valores, la ética, el respeto y la tolerancia. En esencia, esto contribuye a un clima organizacional óptimo, generando empleados identificados con la empresa y comprometidos con sus proyectos y objetivos.

### **2. Incremento de la confianza de los accionistas o posibles inversores.**

El aumento de confianza en accionistas, gerentes, directores e inversionistas; es otra de las características de una empresa socialmente responsable, dado que esta menos expuesta, a enfrentar el deterioro de la imagen, críticas y censura de los consumidores y del mercado de proveedores. Otro elemento, ventajoso que destaca, es la poca probabilidad de enfrentar multas y sanciones gubernamentales, debido al incumplimiento de determinadas normas o leyes.

Este incremento de la confianza, hace que resulte menos arriesgado invertir capital, pues tienen como potencial, el perdurar en el tiempo y operar de forma estable, ya que se han adecuando a desarrollar prácticas de RSE para maximizar la rentabilidad y el retorno de la inversión; motivado a que los productos que ofrece y los servicios que brinda, sean lo que deben ser.

### **3. Mejor posicionamiento**

El elemento central del posicionamiento empresarial e institucional, se erige como la estrategia comunicativa de las acciones o campaña de RSE que son demostradas mediante plataformas digitales institucionales, que impactan claramente con el posicionamiento de una marca. De tal manera, que se debe disponer de publicaciones editoriales de contenidos que toquen temas sociales y documentar las acciones de intervención comunitarias para mejorar la percepción de la empresa e institución en el mercado. Hasta aquí, las empresas socialmente responsables desde el punto de vista de los beneficios internos, preparan la imagen positiva, amigable y cercana, que beneficia el establecimiento de reuniones y entrevistas de relaciones institucionales y comunitarias, grupos de seguidores, involucrados y consumidores fieles.

### **4. Desarrollo social y económico**

Este elemento de la RSE se traduce en la concepción, contribución y mejoramientos para la sociedad y los entornos mediante programas de responsabilidad social empresarial contentivos de acciones que benefician de manera directa a las personas y comunidades, cooperando en áreas como la educación, ambiente y finanzas. De allí, surge la premisa: no cabe duda de que si existen más empresas socialmente responsables, el desarrollo social de una determinada localidad o nación será mayor, aunado a que en tiempos de crisis la injerencia socioeconómica de las empresas e instituciones en RSE también debe ser mayor.

### **5. Mayor transparencia en las actividades comerciales**

En este elemento es vital, la responsabilidad y la honestidad como valores fundamentales que forman parte de responsabilidad social de las empresas. Este razonamiento, enlaza el crecimiento de la empresa e instituciones directamente con el incremento de la transparencia de la actividad comercial, dado que la RSE viene desde dentro de la empresa, empezando por su dirección y siguiendo por toda la estructura organizativa, involucrando aquellos trabajadores que no tienen casi peso en las decisiones.

En otras palabras, la transparencia de las actividades empieza dentro de la misma empresa. De tal manera que, la reflexión interna recoge de algún modo, las

conclusiones sobre la misión, visión, valores, objetivos, estrategias, entre otros; cuya deliberación interna permita sacar conclusiones útiles para la implantación de la RSE; ya que se conocen los problemas sociales que se presentan ante la empresa, las dificultades a enfrentar, la información sobre lo que está pasando, la toma de decisiones, incluyendo la evaluación de esas decisiones y su posible corrección.

## **6. Reducción de impactos ambientales**

Generar conciencia de los impactos ambientales va de la mano con el hecho de que la sociedad espera lo mejor de las personas que trabajan en una empresa o institución y más sin son empleados de servicios públicos vitales como el agua. De tal manera que, concienciar cuidado ambiental son algunos de los elementos fundamentales de la responsabilidad empresarial.

En este sentido, se tiene que cada día se suman múltiples empresas con estrategias innovadoras, métodos y prácticas que permiten desarrollar su proceso productivo sin impactar el ambiente con una perspectiva clara de tratar de afectar mínimamente el contexto ambiental del área de influencia de la empresa que perfectamente se pudiera denominar como un contrato social suscrito entre empresa y comunidad.

### **2.4. Evaluación de Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)**

En este apartado se trata de presentar de manera breve el sistema de control y evaluación de la responsabilidad social empresarial que es representado mediante la medición y análisis de la eficacia en el logro de los objetivos propuestos y la toma de decisiones contentivas de acciones para corregir las desviaciones y mejorar el funcionamiento de los procesos. Por tanto a nivel interno la empresa e institución debe en consideración de Castellanos y Castellanos (2009):

1. Contener las variables correspondientes basadas en los temas de responsabilidad social establecidos, las fuentes de captación y análisis de información externa e interna y los procedimientos de acción.
2. Reflejar la información relevante para darle seguimiento, sobre todos los elementos que permiten determinar las causas reales de las desviaciones para poder influir en las soluciones potenciales; y
3. En cuanto a la definición de los indicadores del sistema de control los mismos deben ser capaces de responder a las siguientes preguntas: ¿Qué se quiere medir?; ¿Dónde es conveniente medir?; ¿Cuándo hay

que medir?; ¿En qué momento o con qué frecuencia?; ¿Quién debe medir?; ¿Cómo se debe medir?; ¿Cómo se va a difundir los resultados?; ¿Quién y con qué frecuencia va a revisar y/o auditar el sistema de obtención de datos? (p. 10).

En otras palabras, es trascendental conservar los flujos de información interna y externa en la empresa, a la hora de evaluar las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) sumada a la aplicación y acompañamiento de un seguimiento adecuado; legitimando que efectivamente la intervención realizada se ajusta a una solución definitiva del problema planteado. De allí, que cada empresa e institución a la hora de evaluar sus prácticas de RSE debe previamente establecer dimensiones para en función a estas fijar los indicadores que empleará para evaluar u obtener la certificación en RSE correspondiente.

No obstante, las empresas que incursionan en prácticas de responsabilidad social empresarial, previenen dentro de los indicadores de evaluación áreas tales como: valores y principios éticos; economía y finanzas; calidad de vida laboral; compromiso con la comunidad; mercadeo responsable y ambiente. Estos elementos permiten autoevaluar teniendo como base las metas y los objetivos alcanzados.

En este sentido, la empresa debe considerar en valores y principios éticos la forma en que integra sus principios, valores y creencias, al plantear sus estrategias, toma decisiones y desarrolla actividades. Es decir, cuando el enfoque de su gestión se basa sobre los valores que ha constituido la empresa. De allí que en el caso de la Economía y Finanzas, la empresa establece la planeación financiera que tiene con el fin de poder garantizar su sostenibilidad en el tiempo, de tal forma que pueda cumplir a sus colaboradores, beneficiarios y a la comunidad en general con los objetivos propuestos. Dentro de la calidad de vida laboral, la empresa hace referencia a las políticas de recursos humanos que van más allá de los requisitos legales y que persiguen afectar positivamente a los empleados tanto en el ámbito laboral como el familiar.

Otro indicador de evaluación es el Compromiso con la Comunidad, que son las acciones que lleva a cabo con el fin de impactar y colaborar con la comunidad, bien

sea directamente o vinculándose a proyectos de otras instituciones o del Estado. El mercadeo responsable es una política empresarial que involucra un conjunto de decisiones relacionadas fundamentalmente con sus beneficiarios, donantes y proveedores frente a la integridad de los servicios que ofrece, la calidad de los mismos, la publicidad que realiza, los precios, el alcance, entre otros.

Finalmente, el Ambiente: es el compromiso que la organización tiene frente a este y al desarrollo sostenible/sustentable; y las acciones que efectivamente la organización tiene implementadas al respecto, como son: política de reciclaje, ahorro de energía, entre otras. Es decir, que a la hora de evaluar se hace en función del compromiso traducido en acciones que adquiere una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de la colaboración de sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad con el objeto de mejorar la calidad de vida.

Por consiguiente, la empresa debe disponer del diagnóstico e identificación de cómo se encuentra frente a los criterios internacionales de responsabilidad social, en las dimensiones ambientales, sociales y financieras; usualmente, se emplea un cuestionario para evaluar, que en algunos países esta estandarizado como el cuestionario ERSOS, que permite, la evaluación de la responsabilidad social en la organización social. Sin embargo, se considera que, cada empresa de acuerdo a su objeto social debe adecuar sus indicadores de evaluación en materia de RSE, que gire en torno a su actividad productiva y prestación de servicio.

Es por ello, que bajo estas consideraciones teóricas, rebosadas de perspectivas variadas para la evaluación de la RSE, se tiene que a la hora de evaluar éstas, los teóricos sociales y/o investigadores abordan distintos indicadores. Ello, impulsó a que en esta investigación se considere, una representación reconciliada en base al planteamiento de Ojeda, Conraud y Archundia (2014. p. 153); quienes en base a los autores Ojeda, Chávez y Mosqueda (2013) sostienen que existe un conjunto de dimensiones que permiten el establecimiento de indicadores para evaluar la RSE de la manera siguiente:

### Cuadro 3

#### Dimensiones de la RSE

Autores	Años	Dimensiones
Maldonado, Arredondo y Rosas	2012	Experiencia, actitud, sentido de colaboración
Albarrán y Sotelo	2012	Ética empresarial, calidad de vida laboral, ambiente, compromiso con la comunidad, comercialización y marketing responsable.
Sepúlveda	2012	Prácticas gerenciales éticas, ambiente, diversidad, derechos humanos, seguridad y filantropía.
Zapata	2012	Buen manejo del ambiente, desarrollo social, respeto, reconocimiento de todas las personas.
Torres	2011	Gestión de recursos humanos, salud y seguridad en el lugar de trabajo, adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental, recursos naturales, comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos, problemas ecológicos mundiales.
Sánchez, Gutiérrez, García y Maldonado	2011	Acciones de responsabilidad social, involucramiento en los programas de RSE.
Huerta, Rivera y Torres	2010	Ética empresarial, ambiente, compromiso con la comunidad, marketing responsable, calidad de vida laboral.
Caldera, Parra y Ramírez	2009	Igualdad, solidaridad, responsabilidad y respeto.
Hoskins	2008	Comunidad, empleo, ambiente, mercado, relaciones de negocio y derechos humanos.

**Fuente:** Adaptación de Ojeda, Conraud y Archundia (2014. p. 153) en base a los autores Ojeda, Chávez y Mosqueda (2013).

Por consiguiente, se tiene que para evaluar el impacto de la RSE a nivel empresarial e institucional, es importante en este marco de dimensiones conocer cuáles son sus impactos, tanto externos como internos, aunado al conocimiento planeado y proyectado, de cómo en la visión de negocio empresarial se promueve la RSE entre los diferentes equipos de trabajo, así como en la gerencia o accionistas. Esencialmente, para aplicar estrategias de RSE se debe:

#### 1. Definir grupos de interés y actividades

Es posible puntualizar los grupos de interés o Stakeholders mediante el hecho de que los programas de responsabilidad social siempre están orientados a grupos o comunidades definidas. Cuando la empresa es socialmente responsable conoce a quienes quiere ayudar y, además, define y planifica acciones y actividades para lograrlas.

## **2. Establecer objetivos y metas**

En este sentido, la RSE debe formalizarse como cualquier otra área de un negocio; dado que todos los proyectos relacionados a ella tienen que contemplar objetivos y metas realistas y medibles. De tal manera que al término de intervención se realizan balances o análisis de resultados para medir el impacto, que permiten identificar áreas de mejora para futuras acciones.

## **3. Medir los resultados y monitorear constantemente**

Realizar un seguimiento continuo es otro factor necesario cuando se implanta la RSE, lo que hace imperioso estar al tanto del impacto y resultados de las acciones y actividades, así como el cumplimiento de los parámetros y cronogramas instituidos.

## **4. Notificar o comunicar las acciones de RSE**

En la aplicación y desarrollo de estrategias de RSE, se debe estar unido a una sólida estrategia comunicacional dirigida, tanto para el entorno y la comunidad que mediante estas, son anunciadas destacándose con ellas los logros, alcance y problemas resueltos. De allí la importancia que desempeña la comunicación cuya función informativa ayuda la difusión de la RSE y de las acciones llevadas a la práctica, generando información útil para la sociedad o los involucrados.

### **2.5. Breve reseña histórica del ámbito social objeto de estudio: Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes**

El 02 de septiembre de 1987 el Congreso Nacional aprobó el decreto de creación de la Empresa de Aguas Regional del Centro EMPREDARSA que tendría a su cargo la operación y administración de las obras contempladas en el proyecto del Sistema Regional del Centro. Este nuevo concepto organizacional respondía a la decisión del gobierno nacional de descentralizar las actividades del Instituto Nacional de Obras Sanitarias (INOS), mediante la creación de unidades de prestación de servicios manejadas con criterio empresarial.

Es así como el 28 de Diciembre de 1990, se modifica la razón social de la empresa, denominándose C.A. HIDROLÓGICA DEL CENTRO, HIDROCENTRO, con la finalidad de operar los sistemas de abastecimiento de agua potable y

recolección de aguas servidas en las poblaciones de los estados Aragua, Carabobo y Cojedes. Actualmente su estrategia está orientada hacia la rehabilitación de todas sus instalaciones, la descentralización, regionalización, autonomía, autofinanciamiento y reducir el agua no contabilizada.

#### **2.5.1. Misión.**

Queda establecida de la siguiente manera: Somos el Ente del Estado responsable de la prestación integral del servicio de Agua Potable y Saneamiento, y de la adecuación de la infraestructura con la participación activa de las comunidades, mejorando la calidad de vida de los habitantes de los estados Aragua, Carabobo y Cojedes.

#### **2.5.2. Visión**

Lograr la cobertura total del servicio de Agua Potable y Saneamiento, contribuyendo con la calidad de vida del ciudadano.

#### **2.5.3. Objetivos**

La Empresa C.A. HIDROLOGICA DEL CENTRO, Hidrocentro tendrá por objeto la administración, operación, mantenimiento ampliación y reconstrucción de los sistemas de distribución de agua potable y de los sistemas de recolección, tratamiento y disposición de aguas residuales en los estados Aragua, Carabobo y Cojedes. Igualmente, podrá ejecutar todo tipo de actividades conexas, relacionadas con el cumplimiento de su objeto social. Por lo tanto, es responsable de administrar, operar, mantener, expandir y reconstruir las redes de abastecimiento de agua potable y de recolección de aguas servidas en los estados de Aragua, Carabobo, y Cojedes.

#### **2.5.4. Valores**

1. **Calidad y Excelencia:** Búsqueda de la mejora continua, siendo reconocido como experto dentro de la organización.
2. **Honestidad e Integridad:** Manejarse con sinceridad, verdad, veracidad, exactitud y de acuerdo a las creencias y valores de nuestra organización.
3. **Trabajo en Equipo:** Cooperar y colaborar con otros hacia el logro de un fin común.
4. **Respeto:** Considerar a otros y sus ideas, sin dañar su dignidad.

5. **Compromiso:** Por ser siempre parte de la solución.

6. **Rentabilidad Social:** Agregar valor al proceso de desarrollo social.

Cuando se plantean estos valores se trata de que la empresa revele estos como parte de su estrategia comunicacional y productiva., gestándose una cultura institucional. En este sentido, estos impactan la vida de los trabajadores, de los usuarios e involucrados en la prestación del servicio de agua; por lo que las prácticas de RSE, implican actitudes y comportamientos que se traducen en acciones que se perciben como un estado de seguridad, garantía del servicio, felicidad, tranquilidad.

En fin los valores son percibidos por estos trabajadores como el ADN institucional, ya que los describen y sienten como si están adheridos al comportamiento laboral de todos los trabajadores que hacen que sus acciones sean distintivas de las demás instituciones de tipo públicas.

Cabe destacar, que esta empresa pública tiene una estructura organizativa piramidal, las que aún persisten en las administraciones públicas del país; donde existe disposición de la Junta Directiva dada su conformación por seis directores principales y cinco directores suplentes, para asumir los retos de transformación que la política actual está requiriendo; sin embargo, la toma de decisiones no es horizontal y en la actualidad cuenta con la siguiente Junta Directiva:

<b>Directores Principales</b>	<b>Directores Suplentes</b>
Ing. Jesús Meza	
Ing. Pasquale Molinaro	Ing. María Guiñan
Ing. José Tomas Bello	Lcda. Yohelina Gámez
Ing. César Iván Alvarado	Lcda. María Eugenia López
Ing. Carmen Cannata	Ing. Giovanni Arriechi
Ing. Luis Simón Palacios	Ing. Carlos de la Rosa

Fuente: C.A. Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) 2021.

### 2.5.5. Estructura Organizacional: C.A. HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO)

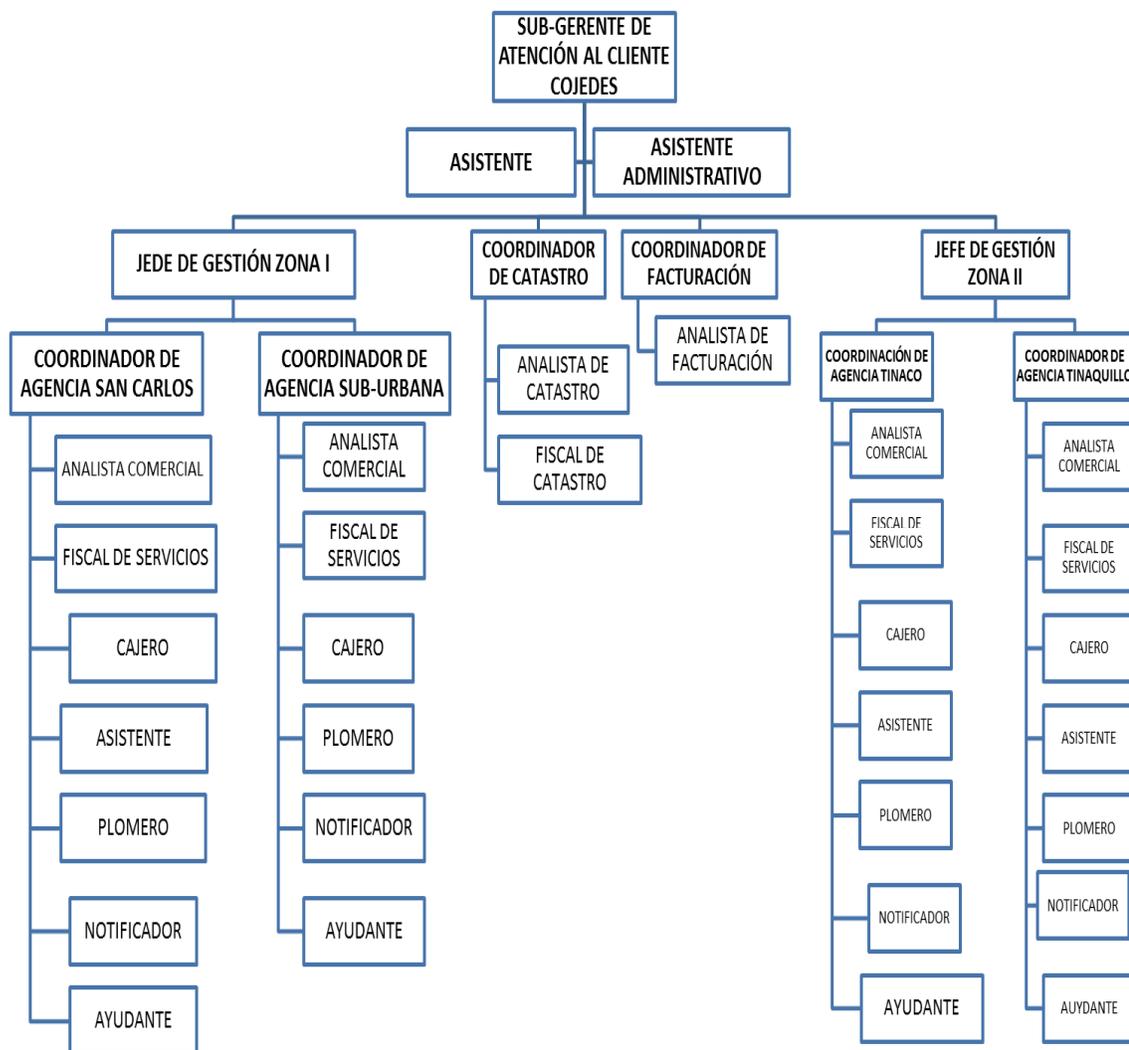


Figura 1.

Estructura Organizacional: C.A. HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO).

**Fuente:** C.A. Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) 2021.

Cabe aclarar, que esta estructura organizativa opera para la administración del servicio de aguas en general y dependiendo del uso del servicio de agua, las cargas fijadas y variables en la dotación y los excesos para el cobro de los servicios, la empresa HODROCENTRO aplica las siguientes especificaciones tarifarias para los clientes o usuarios de los servicios:

#### Cuadro 4

##### Dotación o consumo básico asignado al inmueble según uso y tarifas

Uso	Cargo Fijo	Cargo Variable (Hasta la Dotación)	Exceso 1 (Desde la dotación, hasta 1,5 veces la dotación)	Exceso 2 (Desde 1,5 veces la dotación en adelante)
<b>Industrial A</b>	Mínimo 50 m3/mes (2,5 ó 3,0) x PMR	(2,5 ó 3,0) x PMR	4,00 x PMR	7,00 x PMR
<b>Industrial B</b>	Mínimo 40 m3/mes (2,25 ó 2,50) x PMR	(2,25 ó 2,50) x PMR	4,00 x PMR	7,00 x PMR
<b>Comercial A</b>	Mínimo 30 m3/mes (2,0 ó 2,25) x PMR	(2,0 ó 2,25) x PMR	4,00 x PMR	7,00 x PMR
<b>Comercial B</b>	Mínimo 20 m3/mes (1,5 ó 2,0) x PMR	(1,5 ó 2,0) x PMR	4,00 x PMR	7,00 x PMR
	<b>Cargo Fijo (1/6 de la dotación y el valor mínimo a considerar será de 15 m3/mes)</b>	<b>Cargo Variable (Entre 15 m3 y 40 m3)</b>	<b>Exceso 1 (Entre 400 m3 y 100 m3)</b>	<b>Exceso 2 (Mayor que 100 m3/mes)</b>
<b>Residencial Social</b>	(0,5) x 0,5 x PMR	(0,5) x 0,75 x PMR	3,50 x PMR	5,00 x PMR
<b>Residencial 1</b>	(0,75) x PMR	(0,75) x PMR	3,50 x PMR	5,00 x PMR
<b>Residencial 2</b>	(1,0) x PMR	(1,0) x PMR	3,50 x PMR	5,00 x PMR
<b>Residencial 3</b>	(1,50) x PMR	(1,50) x PMR	3,50 x PMR	5,00 x PMR
<b>Residencial 4</b>	(2,00) x PMR	(2,00) x PMR	3,50 x PMR	5,00 x PMR

Fuente: C.A. Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) 2021.

En este sentido, los clientes de la empresa C.A. Hidrológica del Centro HIDROCENTRO son personas naturales o jurídicas, debidamente registrada en el sistema de gestión comercial, propietaria u ocupante del inmueble urbano al cual se le prestan los servicios de acueducto y recolección tratamiento y disposición de aguas residuales en los estados Aragua, Carabobo y Cojedes, siendo considerados como SUSCRIPTOR. Por consiguiente, la situación actual de la responsabilidad social empresarial en la Hidrológica del Centro. HIDROCENTRO está asociada a los aspectos más específicos, como los ambientales, dado su principal tarea que es proveer el servicio de agua potable y el tratamiento y manejo de las aguas residuales; por lo que existen suficientes acuerdos y marcos regulatorios. Cabe señalar, que las empresas públicas cuentan con estrategias o políticas de RSE escritas y difundidas; no obstante presentan dificultades para aplicar sus políticas de RSE definidas.

En la actualidad la Empresa, cubre los costos de personal y de los insumos necesarios para la prestación del servicio, los cuales han sufrido aumentos entre los

que se encuentran las sustancias químicas, electricidad, así como partes, repuestos y equipos para la operación y mantenimiento de la infraestructura. Por lo tanto, se desprende que con tan solo Bs. 1,55 se reciben 1.000 lts de agua potable precio que no alcanza el verdadero valor del agua para el consumo residencial.

Ahora bien, esta empresa debe desarrollar programas de RSE, que están enmarcados en las leyes nacionales vigentes y en los tratados internacionales relacionados con la RSE. Entre ellos se encuentra los 10 Principios del pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), vigente desde el año 2000. En este pacto se estableció la obligación de las empresas de apoyar y ejecutar valores fundamentales en materia de derechos humanos, ambiente, normas laborales y prevención de la corrupción.

## **2.6. Bases Legales**

Dotar el marco jurídico de la investigación parte de la: **Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (1999)**

- **Artículo 51:** Consagra el derecho de ser atendido como cliente, mediante la prestación de un servicio ya que:

Toda persona tiene el derecho de representar o dirigir peticiones ante cualquier autoridad, funcionario público o funcionaria pública sobre los asuntos que sean de la competencia de éstos o éstas, y de obtener oportuna y adecuada respuesta. Quienes violen ese derecho serán sancionados o sancionadas conforme a la ley, pudiendo ser destituidos o destituidas del cargo respectivo.

- **Artículo 135:** que establece:

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

**Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y Trabajadoras (LOTTT)** del año 2012.

- **Artículo 49:** señala que; “Son contratistas las personas naturales o jurídicas que mediante contrato se encargan de ejecutar obras o servicios con sus propios elementos o recursos propios, y con trabajadores y trabajadoras bajo su dependencia. La contratista no se considerará intermediario o tercerizadora”.

Estas empresas son responsables de ejecutar los proyectos u obras proporcionando a sus propias expensas las herramientas necesarias para la consecución de los objetivos y para garantizar el correcto desenvolvimiento de las operaciones diarias de la empresa contratante.

Es importante señalar, que dentro de las **leyes que rigen el servicio de agua potable en Venezuela** se dispone de un conjunto de leyes y resoluciones que regulan de manera especial al sector de Agua Potable y Saneamiento, entre los más importantes se tiene:

1. Ley Orgánica para la Prestación de los Servicios de Agua Potable y Saneamiento. Publicada en Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.568 Extraordinaria de fecha 31/12/2001.

2. Decreto N° 750 Normas sobre Vigilancia, Inspección y Control de las Obras Hidráulicas Afectadas al Servicio de Abastecimiento de Agua a las Poblaciones. Publicada en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela, en fecha 02/08/95, N° 35.765.

3. Resolución sobre las Normas para la Prestación del Servicio de Acueducto y Recolección, Tratamiento y Disposición de Aguas Residuales. Publicada en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela en fecha 22/02/99. N° 36.646.

4. Resolución sobre el Régimen Tarifario para la Prestación de los Servicios de Acueducto y de Recolección, Tratamiento y Disposición de Aguas Residuales. Publicada en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela, en fecha 14/04/93. N° 35.190.

5. Nueva Providencia N° 3. Publicada en la Gaceta Oficial de la República de Venezuela, en fecha 28/10/2011. N° 39.788. Con esta providencia se actualiza la estructura de facturación a partir del 1° de Noviembre de 2011, notificación que será incluida en la facturación del mes a todos los suscriptores.

Los cambios más importantes que contiene este nuevo régimen tarifario son:

a). Se definen dos Precios Medios Referenciales:

1. Precio Medio Referencial (P.M.R. residencial): 1,55 Bs./m3
2. Precio Medio Referencial Comercial e Industrial (P.M.R. comercial e industrial): 1,90 Bs./m3

b). Se introducen dos nuevas tarifas residenciales:

1. Residencial Social; Residencial

Para clasificar al suscriptor dentro de esta categoría de uso residencial, la empresa prestadora de los servicios públicos de agua potable y saneamiento, utilizaran una metodología adecuada que tomará en cuenta variables claves relacionadas con la zona residencial o ubicación geográfica donde se encuentre el inmueble, costos inmobiliarios, características de la vivienda, sus servicios y equipamientos (jardín, piscina, servicio de televisión por cable, entre otros).

Ahora bien, la regulación de las actividades de las empresas contratistas, que son las que han venido ejecutando el compromiso social se regula por la **Ley de Contrataciones Públicas** de la Gaceta Oficial Nro. 39.165 publicada en el año 2009.

- **Artículo 6 numeral 19:** establece que el compromiso de la RSE: Son todos aquellos acuerdos que los oferentes establecen en su oferta, para la atención de por lo menos una de las demandas sociales relacionadas con:
  - 1. La ejecución de proyectos de desarrollo socio comunitario.
  - 2. La creación de nuevos empleos permanentes.
  - 3. Formación socio productiva de integrantes de la comunidad.
  - 4. Venta de bienes a precios solidarios o al costo
  - 5. Aportes en dinero especies a programas sociales determinados por el Estado o a instituciones sin fines de lucro

- 6. Cualquier otro que satisfaga las necesidades prioritarias del entorno social del órgano o ente contratante.

**Reglamento de Contrataciones Públicas** publicado en Gaceta Oficial Nro. 39.181 en fecha 19 de mayo de 2009, establece los lineamientos a seguir para el cumplimiento de la RSE por parte éstas en la forma que se detalla a continuación:

- **Compromiso de Responsabilidad Social. Capítulo VI Artículo 34.:** Supuesto cuantitativo de procedencia. El Compromiso de Responsabilidad Social será requerido en todas las ofertas presentadas en las modalidades de selección de Contratistas previstas en la Ley de Contrataciones Públicas, así como; en los procedimientos excluidos de la aplicación de éstas, cuyo monto total, incluidos los tributos, superen las dos mil quinientas unidades tributarias (2.500 U.T).
- **Artículo 35. Rango y normativa interna.**  
Para el suministro de bienes, prestación de servicios o ejecución de obras, se establece para el Compromiso de Responsabilidad Social un valor mínimo del uno por ciento (1%) y un valor máximo del cinco por ciento (5%) del monto del contrato suscrito, el cual asumirán los Contratistas beneficiarios de la adjudicación del mismo. Los órganos o entes contratantes deberán fijar los porcentajes a ser aplicados a cada condición del Compromiso de Responsabilidad Social, así como, establecer categorías o escalas proporcionales con base en los montos de los contratos a ser suscritos.
- **Artículo 36. Plazo de ejecución:**  
A los fines de garantizar el cumplimiento del Compromiso de Responsabilidad Social, el plazo de ejecución de la obra o proyecto social debe ser menor al plazo de la ejecución de la actividad u objeto del contrato principal, para asegurar su terminación y entrega a entera satisfacción de la comunidad beneficiada, antes o en la misma fecha del cierre administrativo del contrato, para ello se estipulará el compromiso ofrecido en las cláusulas del contrato que se suscriba.
- **Artículo 37. Incorporación en las condiciones de contratación** se establece que: “La Unidad Usuaria o Unidad Contratante debe incorporar o velar que se incorpore el Compromiso de Responsabilidad Social dentro de las condiciones de la contratación, fijando los criterios o elementos que deben comprometerse a cumplir los oferentes”.

- **Artículo 38.** Declaración jurada establece que:  
Los Oferentes en las modalidades de selección de Contratistas previstas en la Ley de Contrataciones Públicas, así como en los procedimientos excluidos de la aplicación de estas modalidades, deben presentar, junto con sus ofertas, una declaración jurada mediante la cual especifique el Compromiso de Responsabilidad Social ofrecido.
  
- **Artículo 39,** establece:  
la naturaleza del Compromiso de Responsabilidad Social como independiente del objeto de la contratación que realiza el órgano o ente contratante, pero puede ser de la misma naturaleza, con el fin de aprovechar las potencialidades y ventajas competitivas de los Contratistas beneficiarios de la adjudicación del contrato para satisfacer las necesidades o requerimientos sociales que maneje el órgano o ente contratante.
  
- **Artículo 41.** Modalidades del Compromiso de Responsabilidad Social:  
donde se precisa que el Compromiso de Responsabilidad Social que se establezca puede ser aplicado mediante proyectos sociales los cuales serán constituidos por la información de las necesidades del entorno social del órgano o ente contratante o de las comunidades organizadas ubicadas en las áreas de influencia de los mismos, y servirán de base para incorporarlos en los pliegos o condiciones de contratación en las diferentes modalidades de selección de Contratistas, así como en los procedimientos excluidos de la aplicación de estas modalidades a excepción de los servicios laborales y los órganos y entes del Estado.....
  
- **Artículo 42.** Otorgamiento y publicación se considera la adjudicación del contrato: “se otorgará a la oferta que integralmente sea conveniente a los intereses del órgano o ente contratante y que sea presentada junto con el Compromiso de Responsabilidad Social”.
  
- **Artículo 43.** Programas sociales:  
se establece que el Compromiso de Responsabilidad Social no podrá utilizarse para atender requerimientos que formen parte de las obligaciones de los órganos o entes contratantes; así mismo, la adquisición de bienes, prestación de servicios o ejecución de obras que se sugieran para el cumplimiento del Compromiso de

Responsabilidad Social en los pliegos o condiciones de contratación no podrán corresponder a las contempladas en los Planes Operativos de los órganos o entes contratantes.

- **Artículo 44:** Unidad de Seguimiento y Control.

Se establece que los órganos o entes contratantes velarán por el cumplimiento del Compromiso de Responsabilidad Social asumido por los Contratistas, para ello definirán dentro de su estructura una unidad técnica administrativa que se encargue del seguimiento y control de su ejecución y cumplimiento.

- **Artículo 45** Responsabilidad del contratista

La ejecución de la obra o proyecto social, para el suministro de bienes, prestación de servicios o la ejecución de obras a una comunidad determinada es responsabilidad única y exclusiva del Contratista con el cual el órgano o ente contratante ha suscrito el contrato.

Cabe aclarar que se habla de **compromiso social** y se coloca a manera de distinguirlo de lo que es la **responsabilidad social empresarial** RSE de las empresas en general.

## 2.7. Definición y Operacionalización de las variables

Las variables, constituyen el eje central teórico-operativo que permite valorar el alcance de los objetivos planteados; dado que se identifican los elementos, descriptores o términos que al ser detallados asumen diferentes valores en relación con los basamentos teóricos expuestos. Con la definición de variables se indaga las diferentes propiedades, atributos, valores e indicadores que permiten medir el fenómeno que se está estudiando, mediante el detalle de cada cualidad susceptible de ser medida y que además pueda ser manipulada. Al respecto, Hernández., Fernández y Baptista (2014) sostiene que la definición operacional de las variables:

Constituye el conjunto de procedimientos que describe las actividades que un observador debe realizar para recibir las impresiones sensoriales, las cuales indican la existencia de un concepto teórico en mayor o menor grado (Reynolds, 1986, p. 52). En otras palabras, especifica qué actividades u operaciones deben realizarse para medir

una variable e interpretar los datos obtenidos (Hernández Sampieri et al., 2013). Una definición operacional nos dice que para recoger datos respecto de una variable, hay que hacer esto y esto otro, además articula los procesos o acciones de un concepto que son necesarios para identificar ejemplos de éste (MacGregor, 2006) (p. 120).

Es decir, que el procedimiento involucra una descomposición conceptual de la variable en unidades que impliquen una medición o valoración numérica. Por tanto, se identifican las variables de la siguiente manera: Variable Dependiente: Responsabilidad Social Empresarial (RSE); en tanto que Variable Independiente: Fortalecimiento de la Empresa.

### **2.7.1. Operacionalización de las variables**

Partiendo de que el termino variable es una palabra que implica aquello que varía o que está sujeto a algún tipo de cambio; por lo que permite identificar elementos dentro de un determinado tejido definitorio teórico, donde cada elemento constituye un valor de la variable susceptible de medición. Se trata entonces, de determinar el procedimiento a través del cual las variables deben ser medidas, por lo tanto se realizan las operaciones que permiten identificar los indicadores para cada variable. Al respecto Márquez (2012) sostiene que:

La operacionalización de las variables es un paso importante en el desarrollo de la investigación. Cuando se identifican las variables el próximo paso es su operacionalización. Esto es, la definición de las variables teóricas en términos de variables empíricas. Si las variables no se operacionalizan no es posible someterlas a prueba (p.101).

Consiste en definir indicadores de investigación desglosando los conceptos, en elementos cuantificables dado el enfoque cuantitativo de la investigación; teniendo como base el marco teórico desarrollado para construir la matriz de operacionalización de variables, incluyendo y separando aquellos indicadores, que contribuyen con la elaboración de los ítems, en función de los objetivos de la investigación y que a su vez son idóneos de ser medidos mediante números, que son expuestos en la elaboración de una matriz de operacionalización de las variables, desplegados a continuación.

**Cuadro 5.****Operacionalización de Variables**

**Objetivo General:** Generar estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes

<b>Variable</b>	<b>Definición</b>	<b>Dimensión</b>	<b>Indicador</b>	<b>Ítems</b>
<b>Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (Independiente)</b>	“Son las acciones u expresiones de creación de valor por parte de la empresa y por ello es necesario que desde la dirección sepan dar a conocer en toda organización, cuál es el objetivo y cómo se integra el plan de RSE a las estrategias”. Capriotti y Schulze 2010 (p.62).	Contexto situacional de la RSE a nivel Público	Experiencia.	1
			Interacción con la comunidad.	2
			Sentido de colaboración.	3
			Acción social empresarial.	4
			Acción social institucional	5
			Actitud filantrópica.	6
			Inversión responsable.	7
			Objetivo y plan de RSE.	8
			Gestión del impacto ambiental.	9
			Recursos naturales.	10
			Comunidades locales.	11
			Participación constante.	12
			Inquietudes y expectativas.	13
			Salud y seguridad en el lugar de trabajo.	14
			Comunicación.	15
			Sociedad civil.	16
			Derechos humanos.	17
<b>Fortalecimiento Organizacional HIDROCENTRO (Dependiente)</b>	<b>Robbins (2009)</b> señala: “el fortalecimiento Organizacional constituye el medio interno de una organización; la atmósfera sociológica característica que existe en cada institución y que cada individuo la percibe de una manera” (p. 204).	Contexto operacional	Voluntariedad.	18
			Desarrollo de acciones compartidas.	19
			Clima de confianza.	20
			Decisiones compartidas	21
			Expectativas de la comunidad.	22
			Problemas comunitarios.	23
			Gestión transparente.	24
Contexto Evaluativo	Respeto del entorno.	25		

**Fuente:** Aguilar (2021)

## CAPITULO III

### MARCO METODOLÓGICO

#### **3.1. Paradigma o enfoque de investigación**

El presente estudio, está enmarcado en el paradigma positivista también denominado paradigma cuantitativo.

Consiste en la orientación del proceso de investigación que viene dado mediante el empleo del método deductivo, ya que se parte de lo general integrando leyes o principios, a lo particular que es el estudio específico del fenómeno o hecho concreto; es decir, va de lo general a lo particular. De tal manera que definir el enfoque o paradigma de investigación se concibe en función del concepto establecido por el precursor del paradigma Kuhn (1975), en su obra “La Estructura de las Revoluciones Científicas que lo precisa como:

Una concepción general del objeto de estudio de una ciencia, de los problemas que deben estudiarse, del método que deben emplearse en la investigación y de las formas de explicar, interpretar o comprender, según el caso, los resultados obtenidos por la investigación (p.11).

Es decir, que el paradigma o enfoque se admite como un patrón científicamente reconocido que incluye leyes, teorías, aplicaciones e instrumentos que se emplean para el estudio de una realidad. Por lo tanto, el paradigma o enfoque de investigación asumido es el cuantitativo ya que la realidad es descubierta, descrita objetivamente y permite explicar, predecir y controlar el fenómeno objeto de estudio que es analizado con el empleo de las estadísticas descriptivas (cuadros de distribución de frecuencias absolutas y relativas y gráficos de barras) . Esto permitirá una medición controlada y objetiva de las variables e indicadores, a la vez que se generalizan sus resultados

#### **3.2. Tipo y diseño de la investigación**

En relación al tipo de investigación se tiene que el nivel empleado en la misma según Arias (2012). “se refiere al grado de profundidad con que se aborda un fenómeno u objeto de estudio” (p.23). Vale decir, se trata de descubrir las situaciones,

a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas para inferir e identificar las relaciones que existen entre dos o más variables por lo que se extraen generalidades significativas que contribuyen al conocimiento. Con respecto a la investigación descriptiva Arias (ob. cit.) señala que:

La investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere (p. 24).

Es decir, que el nivel es descriptivo ya que permitirá interpretar la realidad, centrándose en los resultados para realizar conclusiones ineludibles. Ahora bien, con respecto al diseño de investigación, Arias (ob. cit.) considera que “es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño la investigación se clasifica en: documental, de campo y experimental” (p. 27).

Dicho de otro modo, el diseño proporciona el modelo de confirmación para contrastar los hechos en función de las teorías empleadas, y su forma es la de una estrategia o plan general que determina las operaciones necesarias para hacerlo. Por lo que, la estrategia de esta investigación se sustentará en el diseño de campo no experimental; ya que no se formulan hipótesis y las variables quedan enunciadas en los objetivos de la investigación. Al respecto Arias (ob. cit.) señala que:

Es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental (p. 31).

En este sentido, se estudian los fenómenos tal y como ocurren de forma natural, o sea, que los sujetos son observados en su ambiente natural, en su realidad y no se someten a ningún experimento.

### **3.3. Modalidad de la investigación.**

Por otra parte, la modalidad adoptada en este estudio es la del Proyecto Factible, que para Palella y Martins, (ob. cit), lo describen “como una propuesta viable destinada a atender necesidades específicas, determinadas a partir de una base diagnóstica” (p.107) y para el Manual de Trabajo de Grado de especialización, maestría y tesis doctorales de la Universidad Experimental Libertador (UPEL, 2012), “Consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta, de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de la organización o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos” (p.16).

Por lo antes señalado, se asume la modalidad descrita, pues con la presente investigación se pretende generar un plan de estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, el cual se ajusta a las características descritas de un proyecto factible.

### **3.4. Población y muestra**

#### **3.4.1. Población**

Se considera que la población es el universo de estudio de la investigación, sobre el cual se pretende generalizar los resultados, constituida por características o atributos que permiten distinguir los sujetos, unos de otros. Al respecto, la población es definida por Lerma (2012) como:

El conjunto de todo los elementos de la misma especie que presenta una característica determinada o que corresponde a una misma definición y a cuyos elementos se le estudiarán sus características determinadas o que responde a la misma definición a cuyos elementos se le estudiarán sus características y sus relaciones (p. 72).

Es decir, que comprende la totalidad de un conjunto de elementos, que se desea investigar y de la cual se estudiará una fracción que se espera reúnan las mismas características y en igual proporción. En este mismo orden de ideas Hernández,

Fernández y Baptista (2007) argumentan que el “Precisar adecuadamente el tamaño de la muestra puede tornarse muy complejo, esto depende del problema de investigación y la población a estudiar” (p. 256).

En este sentido, se requiere de un conjunto de personas con características comunes que son objeto de estudio, comprendiendo en este caso la totalidad que son cincuenta y cuatro (54) trabajadores que laboran en la Compañía Anónima Hidrológica del Centro Cojedes. Valga ilustrar que  $N = 54$ .

### **3.4.2. Muestra**

Al respecto, sostiene Hernández, Fernández y Baptista (ob. cit.) que la muestra es un “Subgrupo de la población del cual se recolectan los datos y debe ser representativo de dicha población” (p. 236). De manera tal que, en el caso de la determinación de la muestra Hurtado (2008), señala que “no hace falta hacer un muestreo cuando: la población además de ser conocida es accesible, es decir, es posible ubicar todos los miembros. No vale la pena hacer un muestreo para la población de menos de 100 integrantes” (p. 140).

Es decir, que al definir el tamaño de la muestra se toma una porción significativa de la población que cumple con las características de la investigación reduciendo los costos y el tiempo. Ahora bien una vez establecido el tamaño de la muestra se aplica el criterio de Hurtado (ob. cit.) de que no hace falta calcular una muestra dado que el tamaño de la población es conocido y accesible. En consecuencia, los investigadores se amparan en las definiciones antes descritas como una vía práctica que permiten distinguir y acotar que la población que labora directa e indirectamente en la empresa, en este caso cincuenta y cuatro trabajadores (54) es el tamaño de la población; a la vez que es una muestra censal; es decir  $n = 54$  trabajadores. En atención a ello, se identifica como muestra los siguientes trabajadores clasificados por cargo desempeñado:

Tabla N° 6

**Población Sub Gcia. de Atención al Cliente Cojedes (Hidrocentro)**

<b>CARGOS</b>	<b>Cant.</b>
Subgerente	01
Jefes de Zona	02
Coordinador Catastro	01
Coordinador Facturación	01
Coordinadores de Agencias	04
Asistente Administrativo	01
Analistas Comerciales	08
Analistas de Catastro	03
Analista de Facturación	01
Fiscales de Servicios	06
Fiscales de Catastro	02
Cajeros	04
Asistentes	04
Plomeros	04
Ayudantes	04
Notificadores	08
<b>Total</b>	<b>54</b>

Fuente: Aguilar (2021).

En consecuencia, se determina que la población es finita dado el número de trabajadores, estando conformada por un total de cincuenta y cuatro (54) empleados incluidos el Nivel Gerencial que cumplen funciones de gerentes, jefes de zonas, coordinadores, asistentes, analistas, fiscales, cajeros y nivel operativo (plomeros, notificadores, entre otros obreros), que son trabajadores administrativos fijos.

Ahora bien, causado a que la cifra de la población es relativamente pequeña, no se utilizó procedimiento de muestreo, estando la aplicación de la encuestas sujeción con toda la población identificada; ya que se considera la misma como una muestra censal.

### **3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de la información.**

En la presente investigación se utilizarán como técnicas la observación y la encuesta dirigida a los trabajadores. Al respecto Arias (ob. cit.) señala que “se entenderá por técnica de investigación el procedimiento o forma particular de obtener

datos o información. (p. 67). En otras palabras, que mediante la aplicación de la observación y la encuesta el investigador obtiene la información para el análisis y conclusiones de la investigación.

En relación a la observación participante que Arias (ob. cit.) considera que: “es una técnica que consiste en visualizar o captar mediante la vista, en forma sistemática, cualquier hecho, fenómeno o situación que se produzca en la naturaleza o en la sociedad, en función de unos objetivos de investigación preestablecidos (p. 69). En este caso se empleará como instrumento el cuestionario con alternativas de respuesta mejor conocido como escala de Likert.

Con respecto al instrumento de recolección de información Hernández, Fernández, y Baptista (2007) consideran que “un cuestionario consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir” (p. 285). Es decir, que el cuestionario se aplica en el lugar donde están registrados los sujetos que son parte de la muestra de la investigación. Por ello, al recolectar datos se realizan actividades estrechamente vinculadas entre sí, iniciando con la selección de un instrumento o método de recolección de los datos, ajustado al trabajo de investigación desarrollado en base a la operacionalización de variables, por lo general este es aplicado por el investigador, por lo que debe ser validado por expertos.

El instrumento de recolección de la información o datos, se conformó en función de las dimensiones operacionalizadas, dando como resultado veinticinco 25 ítems con alternativas de respuesta de Siempre (S); Casi siempre (CS); Algunas Veces (Av) y Nunca (N vistas); en cuya escala de calificación se utiliza para cuestionar las opiniones o puntos de los encuestados sobre su nivel de acuerdo o desacuerdo con cada respuesta.

### **3.6. Validez y Confiabilidad del Instrumento aplicado**

En investigaciones bajo el enfoque cuantitativo, como es el caso que nos ocupa; para que el instrumento elaborado en base a indicadores operacionalizados, debe ser validado y determinada la confiabilidad; estas características condicionan a razonar los aspectos que tienen que ver con la redacción de los ítems, si en ellos realmente se

pregunta sobre el indicador y como se elabora la pregunta; en igual medida se contempla la pertinencia, la congruencia y si los ítems requieren una extensión, de manera de cumplir con la exigencia académica establecida en las normas de presentación de trabajos de investigación de la Unellez. De allí que, con respecto, a las definiciones de los requisitos que debe cubrir un instrumento de medición es decir la validez y confiabilidad se define los siguientes conceptos:

### **3.6.1. Validez**

Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2007) definen la validez en general entendida como el “Grado en el que un instrumento en verdad mide la variable que se busca medir” (p. 278). Este concepto usualmente se mide mediante una hoja de registro donde cada validador deja su juicio de experto sobre cada uno de los ítems del instrumento, por lo que la validez es una cuestión de juicio; donde se estima de manera subjetiva mediante la consulta a expertos conocido usualmente como juicios de expertos, involucrando la consignación del instrumento a tres expertos; en este caso ( a un experto en gerencia pública, un metodólogo especialistas, y un asesor empresarial ) quienes en análisis señalan los criterios en cuanto al cumplimiento de las condiciones necesarias y suficientes del instrumento que permitan recabar la información.

Cabe adicionar que la validez es referida en función a si el instrumento es verdadero o si se acerca a la verdad, en vista de que los resultados o hallazgos de la investigación son válidos cuando el instrumento a ser aplicado está libre de errores, dando la posibilidad de establecer los juicios sobre el grado de confianza que se tiene de la medición corresponde a la realidad del fenómeno, que se está midiendo; ya que se debe tener la certeza de que el instrumento mide los indicadores y variables que se pretenden medir y no otra cosa.

### **3.6.2. Confiabilidad del Instrumento**

Según Hernández, Fernández y Baptista (ob. cit.), sostienen que:

Existen diversos procedimientos para calcular la confiabilidad de un instrumento de medición. Todos utilizan fórmulas que producen coeficiente de confiabilidad. La mayoría de estos coeficientes pueden oscilar entre cero y uno, donde un coeficiente de cero significa nula confiabilidad y uno representa un máximo de confiabilidad (confiabilidad total). Cuando más se acerque al coeficiente cero (0) mayor error habrá en la medición. (p. 288).

Ahora bien, los investigadores para determinar la confiabilidad de un instrumento de medición aplican una prueba piloto, antes de la verdadera investigación con el fin de detectar los posibles fallos o problemas en el instrumento de investigación y determinar la confiabilidad. Se trata de un ensayo práctico (prueba piloto), cuyos resultados resultan concluyentes para continuar y avanzar con el proceso de la investigación.

En referencia a la prueba piloto Hernández, Fernández y Baptista (2007), sostienen que: “consiste en administrar el instrumento a una pequeña muestra, cuyos resultados se usan para calcular la confiabilidad inicial y, de ser posible, la validez del instrumento” (p. 306). Cabe resaltar que, se ejecutó la prueba piloto siguiendo las técnicas de aplicación de encuestas, es decir tal cual como se concibió para la aplicación del cuestionario validado, solo que se empleó un número reducido de encuestados, por lo que la prueba abarca a quince trabajadores (15) de la Sub Gcia. de Atención al Cliente Cojedes. Hidrocentro, permitiendo probar el proceso de investigación y el protocolo de elaboración del instrumento de recolección de datos.

Una vez que se ha aplicado la prueba se procede a calcular la confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach, método, ideado por el psicólogo Lee J. Cronbach (1916), cuyo objeto es medir la consistencia interna del instrumento analizando la correlación media de una variable con todas las demás que integran dicho instrumento. De manera tal, toma valores entre 0 y 1; es decir cuanto más se acerque el coeficiente a la unidad (1), mayor será la consistencia interna de los indicadores evaluados del instrumento de recolección de datos.

De allí, que el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach se realiza mediante la siguiente fórmula:

$$\alpha = \left( \frac{K}{K-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^K s_i^2}{s_T^2} \right)$$

Dónde:

$K$  = Es el número de preguntas o ítems

$\sum_{i=1}^K s_i^2$  = Es la suma de las varianzas de cada ítem

$s_T^2$  = Es la varianza del total de cada fila (sujeto)

$\alpha$  = Coeficiente de Alfa de Cronbach

Para analizar los resultados del cálculo de la confiabilidad Ruiz (2013), sostiene que se define como “la exactitud con que un instrumento mide lo que pretende medir, se constituye en el término equivalente a la estabilidad y la predictibilidad” (p. 76). Por lo que se emplea para el análisis una escala que es presentada de la manera siguiente:

**Tabla 7**

**Escala del coeficiente de Confiabilidad del Instrumento**

Escala del coeficiente	Expresión de medición cualitativa
$\geq 0.01 \leq 0.20$	Muy Baja
$\geq 0.21 \leq 0.40$	Baja
$\geq 0.41 \leq 0.60$	Moderada
$\geq 0.61 \leq 0.80$	Alta
$\geq 0.81 \leq 1.00$	Muy Alta

Fuente: Ruiz, C. (ob. cit.)

Ahora bien, al sustituir, los valores obtenidos en el cálculo de la confiabilidad en la fórmula del coeficiente Alfa de Cronbach, se obtienen los siguientes valores:

$$\alpha = \frac{25}{25-1} * \left[ 1 - \frac{4,46}{32,21} \right]$$

$$\alpha = \frac{25}{24} * [1 - 0,138]$$

$$\alpha = 1,04 * [0,862]$$

$$\alpha = 0,896$$

$$\alpha = 0,9$$

En base a estos resultados, se realiza el análisis deduciendo que el coeficiente de consistencia interna del instrumento aplicado tiene una confiabilidad de 0,90; que al ser extrapolada para su análisis en la tabla de escala del coeficiente, se demuestra que el instrumento tiene una confiabilidad muy alta.

### **3.7. Procedimientos y técnicas de análisis de los datos**

Son las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos o respuestas obtenidas de la aplicación del instrumento tales como: clasificación, registro y tabulación, de manera que los datos son vaciados en una matriz para su análisis respectivo. En cuanto al Análisis se definirán las técnicas estadísticas, que se emplearán para descifrar lo que revelan los datos recolectados. Al respecto, Arias, (2012), expresa que:

“...la técnica para el análisis de los datos o de información es donde se describen las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan. En este caso se procederá a vaciar los mismos en una matriz de datos (p. 111).

Es decir que el proceso de análisis de datos conlleva la recolección, transformación de datos con el objetivo de descubrir la información útil y trascendente para el logro de los objetivos de investigación. De allí que, se organizan los datos en cuadro de distribución de frecuencias absolutas y relativas, se efectúa el análisis descriptivo e interpretación de cada uno de los ítems de las variables planteados en la investigación. Estos son conocidos, como las estadísticas descriptivas, en vista de que se emplea la distribución de frecuencias para organizar y presentar los datos. Los resultados así obtenidos se comunican, se sugieren conclusiones y se usan para apoyar la toma de decisiones institucionales para solventar o plantear soluciones a la problemática.

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se involucra de manera activa el investigador en el proceso de ordenar, clasificar y presentar mediante el análisis, los resultados a los cuales se llegó en la investigación, siendo presentados los mismos mediante cuadros estadísticos con las distribuciones de las frecuencias absolutas y relativas. Resultados que son ilustrados en gráficas elaboradas y sistematizadas con el propósito de hacerlos comprensibles. De manera tal, que al analizar se separan los elementos básicos de la información.

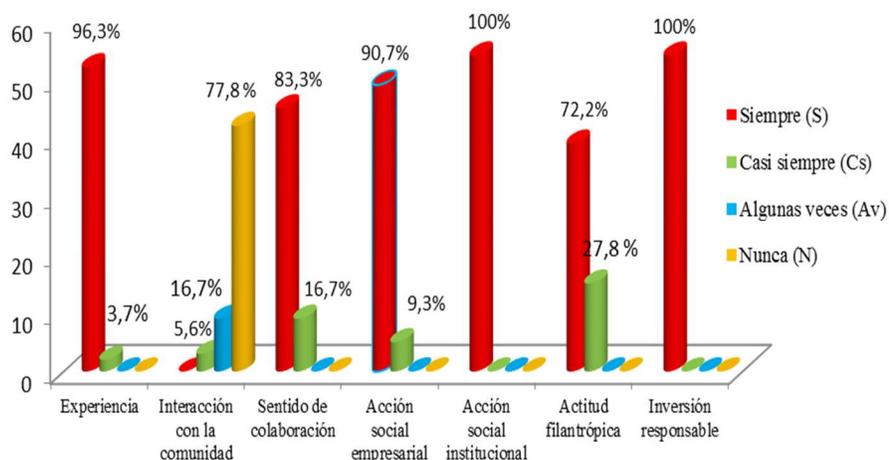
En este caso se presenta en función de las dimensiones operacionalizadas tales como: Contexto situacional de la RSE a nivel público, contexto estratégico, contexto operacional y contexto evaluativo definidos en la investigación; complementado con la interpretación mediante la cual se trata de encontrar un significado más amplio de la información empírica recabada de la siguiente manera:

#### Cuadro 8

#### Distribución de frecuencias de la dimensión contexto situacional de la RSE a nivel público

Nº	Indicador	fi				Total fi	fr				Total fr (%)
		Siempre (S)	Casi siempre (Cs)	Algunas veces (Av)	Nunca (N)		Siempre (S)	Casi siempre (Cs)	Algunas veces (Av)	Nunca (N)	
1	Experiencia	52	2	0	0	54	96,3	3,7	0	0	100
2	Interacción con la comunidad	0	3	9	42	54	0	5,6	16,7	77,8	100
3	Sentido de colaboración	45	9	0	0	54	83,3	16,7	0	0	100
4	Acción social empresarial	49	5	0	0	54	90,7	9,3	0	0	100
5	Acción social institucional	54	0	0	0	54	100	0	0	0	100
6	Actitud filantrópica	39	15	0	0	54	72,2	27,8	0	0	100
7	Inversión responsable	54	0	0	0	54	100	0	0	0	100

**Fuente:** Aguilar 2021.



**Análisis gráfica 1. Distribución porcentual de la dimensión contexto situacional de la RSE a nivel público.** Se destaca como hallazgo que el 100% de los trabajadores consultados, consideró que siempre la adopción de una filosofía y prácticas de RSE le permitirían a la empresa HIDROCENTRO - Cojedes tener una gestión más consciente y de mayor claridad para una inversión socialmente responsable, lo que deja ver que existe un conocimiento claro y preciso de las bondades que puede aportar la RSE. Sumado a ello, consideran que siempre la acción social institucional en RSE se centra en la formación del personal, seguridad e higiene laboral y preservación del ambiente; para cumplir con el marco normativo legal.

Cabe destacar el 96,3% de los trabajadores de la empresa consideró que siempre la experiencia y el compromiso con la comunidad se destaca en tiempo, dinero, servicio y productos, en tanto que el 3,7% manifestó que casi siempre. Sumado a ello, el 90,7% consideró que siempre la acción social empresarial en RSE, es la respuesta a la presión del estado venezolano ante los cambios que se vienen introduciendo en el sector productivo del país; en tanto que el 9,3% declaró que casi siempre.

En consecuencia, el 83,3% sostiene que siempre en HIDROCENTRO - Cojedes el sentido de colaboración depende de la naturaleza de las acciones empresariales y de su entorno, para implementar la responsabilidad empresarial; mientras que el 16,7% considera que casi siempre. De manera tal que, el 77,8% considera que nunca la empresa, planifica y lleva a cabo jornadas o encuentros con las comunidades locales

para fortalecer la relación existente entre ambas partes, mientras que el 16,7% opinó que algunas veces; estos resultados indican que la relación de Hidrocentro con las comunidades locales debe reforzarse a través de la planificación de jornadas o encuentros que permitan conocer sus expectativas y necesidades para mejorar la gestión. De allí que el 72,2% considera que siempre en la empresa la acción responsable hacia el colectivo que conforma su contexto, refiere la interrelación existente y necesaria entre empresa y sociedad a partir del principio de la responsabilidad social inherente a una actitud filantrópica.

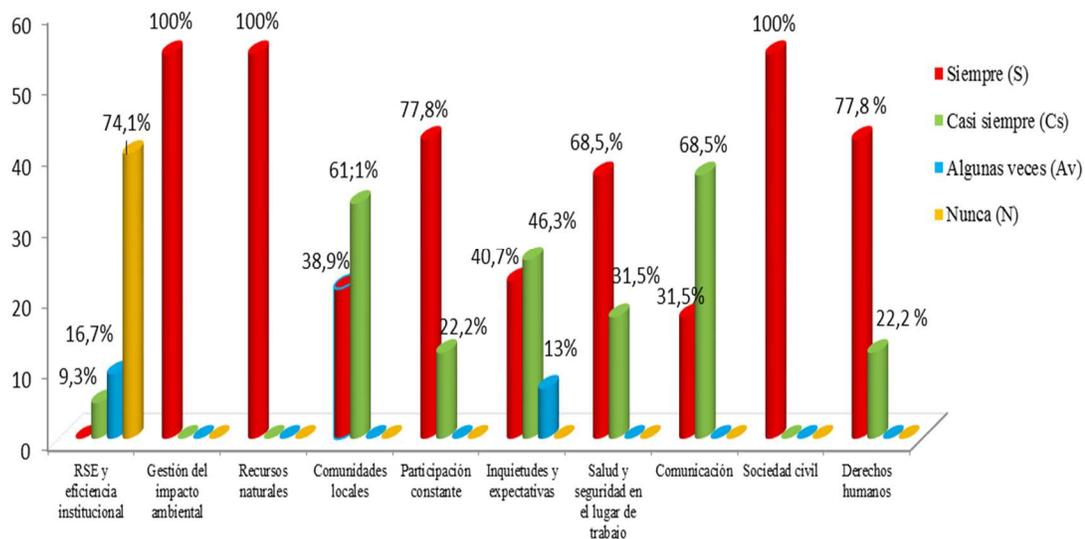
Se puede inferir, que la responsabilidad social empresarial aplicada en el contexto empresarial a nivel público, representa una nueva forma de gestión; ya que las operaciones y actividades en lo económico, lo social y lo ambiental, se mantendrán sustentables; a la vez que implica reconocer los intereses de los distintos grupos con los que se relaciona, integrando el respeto a las personas, los valores éticos, la comunidad y el ambiente con la gestión misma de la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.

### Cuadro 9

#### Distribución de frecuencias de la dimensión contexto estratégico

Nº	Indicador	fi				Total fi	fr				Total fr (%)
		Nunca (N)	Algunas veces (AV)	Casi siempre (CS)	Siempre (S)		Siempre (S)	Casi siempre (Cs)	Algunas veces (Av)	Nunca (N)	
8	RSE y eficiencia institucional	0	5	9	40	54	0	9,3	16,7	74,1	100
9	Gestión del impacto ambiental	54	0	0	0	54	100	0	0	0	100
10	Recursos naturales	54	0	0	0	54	100	0	0	0	100
11	Comunidades locales	21	33	0	0	54	38,9	61,1	0	0	100
12	Participación constante	42	12	0	0	54	77,8	22,2	0	0	100
13	Inquietudes y expectativas	22	25	7	0	54	40,7	46,3	13,0	0	100
14	Salud y seguridad en el lugar de trabajo	37	17	0	0	54	68,5	31,5	0	0	100
15	Comunicación	17	37	0	0	54	31,5	68,5	0	0	100
16	Sociedad civil	54	0	0	0	54	100	0	0	0	100
17	Derechos humanos	42	12	0	0	54	77,8	22,2	0	0	100

**Fuente:** Aguilar 2021.



**Análisis gráfica 2. Distribución porcentual de la dimensión Contexto estratégico.** Se destaca en los resultados de esta dimensión que siempre; en un 100% la política ambiental, aún cuando está normalizada en las leyes, forma parte de las estrategias empresariales para la renovación de recursos naturales como el agua. Repercutiendo, que siempre en un 77,8% de los encuestados consideraron que el carácter vital del servicio de agua está enmarcado dentro de los derechos humanos, haciendo obligatorio ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo en el capital humano, el entorno y las relaciones con los stakeholders; en tanto que el 22,2 % manifiesta que es así casi siempre. Ello admite concluir que para implantar programas o proyectos de RSE en las empresas de servicios públicas del estado se debe incursionar con acciones que alcancen llegar más allá del cumplimiento de una obligación legal empresarial.

De igual manera, los encuestados consideran que siempre en un 100%, existe una presión y demanda constante del servicio por parte de la sociedad civil y de la comunidad en general. Como resultado de ello, la opción siempre en un 77,8% determina que, mediante la participación constante y el apoyo de la comunidad, es la forma en que pueden incluir cualquier actividad que beneficie al colectivo, como el patrocinio o la dedicación de tiempo y experiencia; además, pueden circunscribirse a iniciativas culturales, educativas o deportivas; o en ayudar a solucionar cuestiones

sociales, como la prevención del delito o el desempleo; mientras que el 22,2% considera que casi siempre. Todo esto permite inferir que, la empresa requiere del involucramiento de los actores comunitarios y de su participación activa para ejecutar acciones enmarcadas en la RSE.

Del mismo modo, los trabajadores consultados consideraron que siempre, en un 100% la gestión del impacto ambiental para la prevención de la contaminación, la reducción de residuos y el reciclaje, permiten a la empresa reducir sus gastos; así como cumplir la normativa ambiental.

Se puede observar que en opinión de los encuestados, nunca en un 74,1% la empresa realiza actividades de RSE que involucren a los empleados para obtener algo más de ellos en forma de ideas, compromisos y lealtad, en búsqueda de una mayor eficiencia institucional, mientras que un 16,7% considera que algunas veces; por lo que es necesario potenciar actividades relacionadas con fortalecimiento empresarial en el área de la RSE.

Del mismo modo, los trabajadores consideraron que casi siempre en un 68,5% la comunicación como estrategia de RSE que contribuye al cumplimiento de los requisitos establecidos por los stakeholders, está condicionada por el nivel directivo de la empresa, mientras que el 31,5% expone que siempre; por lo tanto es necesario fortalecer los canales de comunicación a través de estrategias destinadas a tal fin. Sumado a ello, se tiene que el 61,1% manifiesta que casi siempre en la empresa se trabaja en función de mejorar la imagen institucional, sin tomar en cuenta las expectativas de las comunidades locales, en tanto que el restante 38,9% consideró la opción siempre. .

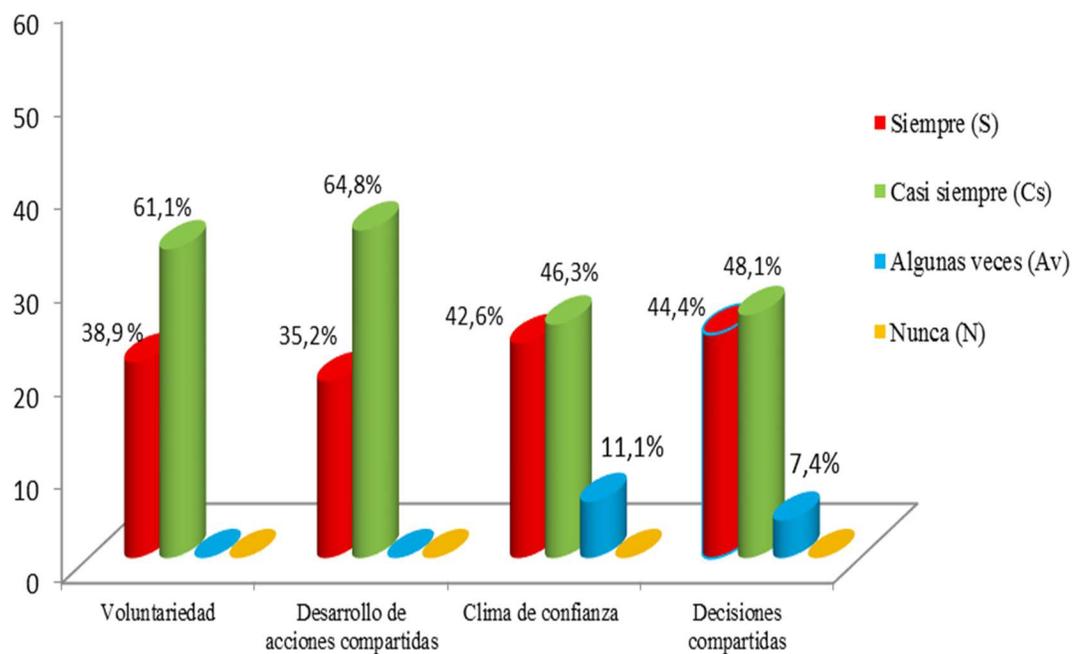
Para afianzar el contexto estratégico de la RSE en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, se tiene que casi siempre en un 46,3 % de los encuestados consideran que hoy por hoy las estrategias giran en torno a mejorar las relaciones con la comunidad local, fidelizar a los empleados y tener lealtad de los clientes; mediante el conocimiento de sus inquietudes y expectativas, mientras que el 40,7% sostiene que siempre y tan solo un 13% considera que esto es precisamente así en algunas veces. De manera que, ejecutar estrategias de

responsabilidad social empresarial en el contexto o entorno, debe mantenerse mediante una participación activa del personal y la comunidad, sus clientes, en fin los stakeholders o involucrados.

**Cuadro 10**  
**Distribución de frecuencias de la dimensión Contexto operacional**

N°	Indicador	fi				Total fi	fr				Total fr (%)
		Siempre (S)	Casi siempre (Cs)	Algunas veces (Av)	Nunca (N)		Siempre (S)	Casi siempre (Cs)	Algunas veces (Av)	Nunca (N)	
18	Voluntariedad	21	33	0	0	54	38,9	61,1	0	0	100
19	Desarrollo de acciones compartidas	19	35	0	0	54	35,2	64,8	0	0	100
20	Clima de confianza	23	25	6	0	54	42,6	46,3	11,1	0	100
21	Decisiones compartidas	24	26	4	0	54	44,4	48,1	7,4	0	100

**Fuente:** Aguilar 2021.



**Análisis gráfica 3. Distribución porcentual de la dimensión Contexto operacional.** Los resultados en esta dimensión indican que el 64,8% de los trabajadores considera que casi siempre en la empresa la gestión empresarial se define con el desarrollo de acciones compartidas enmarcadas en un plan estratégico de RSE, mientras que el 35,2% sostiene que siempre. En consecuencia destaca el 61,1% que casi siempre, la voluntariedad es parte de las estrategias esenciales de RSE de la empresa, que se elaboran con anticipación a las acciones, para que se apliquen, y se plantean de forma consciente e intencional, en tanto que el 39,9% respondió inclinándose en la alternativa siempre.

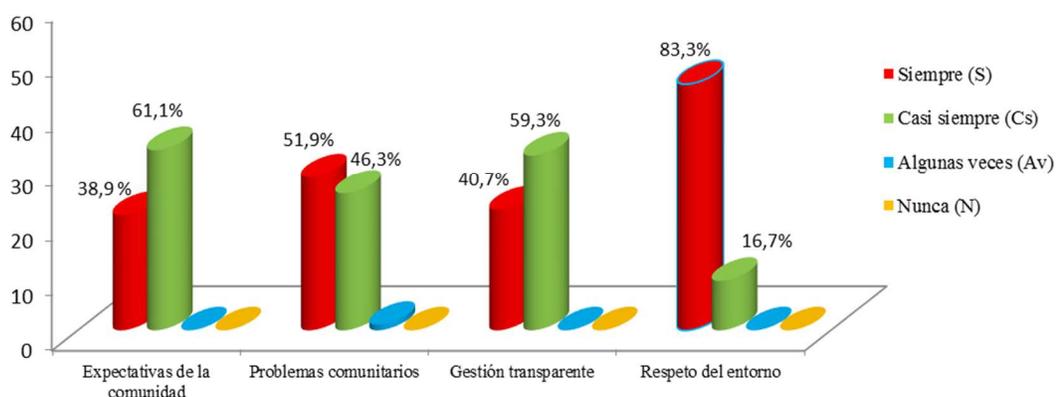
De modo, que el 48,1% considera que casi siempre aquí las decisiones compartidas son producto de un consenso de un plan institucional de RSE, mientras que 44,4% opina que siempre y tan solo el 7,4% considera algunas veces. Como resultante el 46,3% admite que casi siempre la gestión empresarial permite el establecimiento de un clima de confianza, mientras que el 42,6% opina que siempre y el 11,1% consideró algunas veces.

Por consiguiente, la dimensión contexto operacional de la RSE permite conocer como la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, puede llegar a convertirse en un modelo de gestión pública en RSE mediante el desarrollo de acciones en lo económico, educacional, social, ambiental, legal, ética empresarial y beneficios laborales, entre otros; articulando el conocimiento y la voluntariedad de estas acciones para alcanzar la incremento de la confianza y el compromiso de los empleados. Fundamentalmente, una empresa socialmente responsable; es aquella que gestiona los impactos de su actividad comercial o servicio prestado y colabora con proyectos sustentables con las comunidades en las que actúa; a la vez que a lo interno interviene en la supervisión de las condiciones laborales y de salud de sus trabajadores, sumado a la gestión de los recursos hídricos.

**Cuadro 11****Distribución de frecuencias de la dimensión Contexto evaluativo**

N°	Indicador	fi				Total fi	fr				Total fr (%)
		Siempre (S)	Casi siempre (Cs)	Algunas veces (Av)	Nunca (N)		Siempre (S)	Casi siempre (Cs)	Algunas veces (Av)	Nunca (N)	
22	Expectativas de la comunidad	21	33	0	0	54	38,9	61,1	0,0	0,0	100,0
23	Problemas comunitarios	28	25	1	0	54	51,9	46,3	1,9	0,0	100,0
24	Gestión transparente	22	32	0	0	54	40,7	59,3	0,0	0,0	100,0
25	Respeto del entorno	45	9	0	0	54	83,3	16,7	0,0	0,0	100,0

**Fuente:** Aguilar 2021.



**Análisis gráfica 4. Distribución porcentual de la dimensión Contexto evaluativo.**

Los resultados que permite evaluar la RSE en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, pretende conocer los siguientes indicadores: Desatacan que el 83,3% indica que siempre todas las acciones enmarcadas en el Plan de RSE giran respeto del entorno empresarial en función de principios de voluntariedad, flexibilidad, adaptabilidad; comunicando logros y avances en satisfacer necesidades y expectativas del servicio prestado, en tanto que el restante 16,7% considera casi siempre.

Ahora bien, es importante conocer al menos los indicadores de evaluación que emplea la empresa, por lo que el 61,1% sostiene que casi siempre las expectativas de la comunidad es uno de los indicadores que se evalúan en el impacto del plan de RSE de la empresa, mientras que el 38,9% revela que siempre. En consecuencia, el 59,3% considera que casi siempre mediante el plan de RSE, la gestión transparente es una estrategia comunicacional a ser compartida; incorporada al 40,7% que considera siempre.

Por consiguiente, el 51,9% considera que siempre existen múltiples problemas comunitarios del servicio de agua, que se priorizan en función de los recursos disponibles y presupuesto asignado y el 46,3% denota que casi siempre. Estos resultados permiten inferir que en la empresa el enfoque de su gestión está basado en los valores que la organización ha constituido, aunado a ello, su economía y finanzas o presupuesto por el servicio prestado permite garantizar la sostenibilidad del servicio de agua en el tiempo; de manera tal que, se esfuerzan por el compromiso con la comunidad con las acciones que realizan adicionales a la prestación del servicio de agua, de allí que la empresa tiene un compromiso frente el ambiente y el desarrollo sostenible/sustentable; y las acciones que efectivamente tiene implementadas desde su conformación.

En definitiva, es una empresa que promueve la conservación de los recursos naturales (agua) y que estimula la participación de los niveles ejecutivos y de gestión en la vida de la comunidad; que respeta y preserva la buena relación con los usuarios, consumidores, clientes y los demás públicos en una cadena de distribución en general que coadyuva a la práctica de principios y valores en la prestación del servicio de agua.

## CAPÍTULO V

### LA PROPUESTA



#### *Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (P.E.R.S.E) Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes*

##### **5.2. Presentación**

Las empresas de servicios públicos de agua potable y residuales en Venezuela han pasado por un proceso de tercerización, al delegar los trabajos, operaciones del servicio (captación, tratamiento y distribución) y mantenimiento a empresas de servicios como cooperativas; para garantizar limitar su responsabilidad laboral. En consecuencia, mediante la Ley de contrataciones públicas; aplican al contratista el compromiso social definido como aquel que: *se asume voluntariamente por las empresas privadas, y se materializará a través de un proyecto o aporte social, que será aprobado por la propia empresa y deberá ser ofrecido mediante una declaración jurada de cumplimiento. El aporte social de las empresas..., estará determinado por cada contratante y debe definirse al momento de establecer la relación contractual.* Es decir que este, es diferente de la responsabilidad social empresarial (RSE).

En consecuencia, en los planes de RSE; las empresas y sus trabajadores detallan la contribución que impulsan voluntariamente en diversas áreas como: social, educativa, formativa, laboral, ambiental, ético, cultural, entre otros. Por lo que, se trata de posesionarse, como empresa socialmente responsable al dar respuesta ante todos sus stakeholders o involucrados y no a sus inversores o dueños. De tal manera, que cada empresa adopta ejecutar un plan ajustado a la realidad interna y al entorno externo, lo que le imprime un carácter propio.

Inclusive, los planes de RSE son manejados como una herramienta de ventaja laboral para los trabajadores; ya que deben decidir hacia donde destinan los esfuerzos y recursos e implementar estrategias que conlleven poder exigir resultados de RS E al interior como al exterior de la organización. Por consiguiente, el propósito se centra en implantar el Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial (P.E.R.S.E) en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.



### 5.3. Justificación

La implementación de este plan de RSE, centra su relevancia fundamentada en el hecho que las empresas han tenido que ampliar su visión a algo más allá que la calidad total, productividad y competitividad. Ahora bien, dado su carácter público se han encuadrado en la política gubernamental bajo el modelo económico socialista, al reconocer que existe una deuda social acumulada por décadas; la cual viene siendo suprimida a partir de la política desarrollada y por una creciente inclusión social basada en la reorientación del uso de la renta petrolera en función de una mantenida recuperación del bienestar y la felicidad de todas las personas por un lado.

Por otro lado, permite a la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes; disponer de un plan estratégico que introduce el responsabilizarse de los impactos que sus decisiones y actividades producidas en la sociedad y el ambiente, a través de un comportamiento ético, voluntario y transparente. En definitiva, es también un aporte a la sociedad y su calidad de vida; ya que se adicionan acciones sociales como la colaboración con hogares, comunidades, consejos comunales, comunas, cooperativas, fundaciones, organizaciones medioambientales, mesas de agua, entre otras.

Valga subrayar que, el implantar la RSE, se admiten decisiones gerenciales que contribuyen a desplazar los grupos de poder enquistados en la estructura burocrática de la empresa, por servidores públicos comprometidos y responsables con la tarea de impulsar nuevas formas de poder popular, para hacer rendir al máximo los recursos destinados a saldar la deuda social y transformar el modelo de prestación del servicio. Por ello, en materia del talento humano empresarial, la RSE, asegura la estabilidad laboral, se crean alianzas para lograr un buen clima laboral, elemento esencial en la prestación del servicio, al fortalecer la calidad de vida en el trabajo y fuera de él. De esta manera, la empresa debe responder a las crecientes demandas sociales y actuar en beneficio de los derechos humanos, de la integración con sus empleados y del sometimiento con el entorno social y medioambiental en el que desarrolla su actividad.



## **5.4. Objetivo del Plan**

### **5.4.1. Objetivo General**

Implantar el Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.

### **5.4.2. Objetivos específicos**

1. Fijar las dimensiones de la responsabilidad social empresarial para responder a los cambios previstos en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.
2. Seleccionar las estrategias de responsabilidad social empresarial idóneas para la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes
3. Implementar estrategias operativas en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, mediante el plan establecido.
4. Validar la ejecución del plan estratégico a partir de la responsabilidad social empresarial para responder a los cambios previstos en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.



## 5.5. ESTRUCTURA DEL PLAN

**Objetivo General:** Implantar el Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.

Etapa	Objetivo	Contenido
<b>Primera</b>	Fijar las dimensiones de la responsabilidad social empresarial para responder a los cambios previstos en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Participación-Voluntariedad.</li> <li>- Expectativas e inquietudes.</li> <li>- Gestión –Transparencia.</li> <li>- Inversión responsable.</li> <li>- Desempeño Laboral.</li> <li>- Comunicación.</li> <li>- Comportamiento ético.</li> </ul>
<b>Segunda</b>	Seleccionar las estrategias de responsabilidad social empresarial idóneas para la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes	<p><b>Elementos a considerar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>_ Respeto por el ambiente.</li> <li>- Respuestas a las necesidades de la sociedad en la que interviene la RSE.</li> <li>- Motivación e implicación de los recursos humanos en la mejora continua de la empresa-relación con sus empleados.</li> <li>- Los canales de diálogo</li> </ul>
<b>Tercera</b>	Implementar estrategias operativas en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, mediante el plan establecido	<p><b>Elementos a considerar:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Articulación con la comunidad y el tejido social.</li> <li>- Articulación relación cliente y su satisfacción.</li> <li>- Compromiso de responsabilidad social a proveedores y empresas</li> <li>- Impactos, sociales, económicos, ambientales de la actividad.</li> <li>- Presentación continúa y monitoreo de resultados.</li> </ul>
<b>Cuarta</b>	Validar la ejecución del plan estratégico a partir de la responsabilidad social empresarial en respuesta a los cambios previstos en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cambios de conductas.</li> </ul>



## 5.5. ESTRUCTURA DEL PLAN

**Objetivo General:** Implantar el Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.

Objetivo	Actividad	Estrategia
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organización del ámbito de trabajo</li> <li>- Ofrecer la información sobre las estrategias gerenciales, técnicas y procedimientos específicos para lograr un éxito empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Inducción general sobre la actividad a desarrollar.</li> <li>-Sensibilización sobre los factores involucrados en las dimensiones de la RSE:</li> <li><b>Conversatorio:</b></li> <li>- Participación-Voluntariedad.</li> <li>- Expectativas e inquietudes.</li> <li>- Gestión –Transparencia.</li> <li>- Inversión responsable.</li> <li>- Desempeño Laboral.</li> <li>- Comunicación.</li> <li>- Comportamiento ético.</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Proyección de videos alusivos a la RSE y su importancia</li> </ul>	<p><b>Temática Generadora</b></p> <p><b>- a) Respuestas a las necesidades de la sociedad en la que interviene la RSE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Lluvia de ideas</li> <li>- Mesas de trabajo</li> <li>- Disertación</li> <li>- Sistematización de propuestas.</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>Selección de espacios de trabajo</li> <li>-Organización de grupos de trabajo</li> <li>- Visualización de espacio empresarial, para vincular cada una de las estrategias.</li> </ul>	<p><b>Talleres implementados:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Taller auditoria administrativa de la realidad empresarial.</li> <li>- Taller de Metaplan.</li> <li>- Taller de mejoramiento.</li> <li>- Taller Relaciones humanas interpersonales.</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Organizar jornada de cierre</li> <li>-Organización de encuentros deportivos</li> <li>- Actividad cultural</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación de las actividades implementadas durante el desarrollo de la propuesta.</li> <li>- Aplicación de encuesta posterior.</li> <li>-Conversatorio</li> </ul>



## 5.5. ESTRUCTURA DEL PLAN

### CRONOGRAMA

**Objetivo General:** Implantar el Plan Estratégico de Responsabilidad Social Empresarial en la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes.

Objetivo	Duración/Horas
1	16
2	16
3	20
4	8
Total	60



### **5.6. Comentario final**

El mayor reto es ofrecer respuestas satisfactorias a la presión de los clientes que reclaman el servicio de agua potable y disposición de aguas servidas; ya que aún en medio de las limitaciones que impone la situación económica nacional, sumada al deterioro físico de las redes de suministros agua potable y eliminación de aguas servidas, se identifican estrategias dirigidas a implantar la RSE que demanda la configuración y adaptación de la estructura organizativa de la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes a la cultura de RSE.

Una segunda demanda, tiene que ver con el talento humano; ya que para operar la RSE, los equipos de trabajo deben fortalecerse al captar el personal con experiencia, voluntariedad y disponibilidad, lo cual implica más esfuerzos para otorgar incentivos salariales atractivos, mejorar la rotación, seguir cumpliendo compromisos laborales y profundizar la formación del relevo para los cargos gerenciales

## CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### Conclusiones

Las conclusiones de esta investigación que asumió como objetivo general el proponer estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, se presentan iniciando con los indicadores que permitieron diagnosticar la situación actual en cuanto a responsabilidad social empresarial, que tienen los trabajadores de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, cimentados en la dimensión contexto situacional de la RSE a nivel público de la siguiente manera:

Se acentúa que los trabajadores siempre consideran la acción responsable hacia el colectivo que conforma su contexto, al incorporar la interrelación existente y necesaria entre empresa y sociedad partiendo del principio de la responsabilidad social inherente a una actitud filantrópica; por lo que siempre, la acción social institucional en RSE se centra en la preservación del ambiente, formación del personal y seguridad e higiene laboral; para cumplir con el marco normativo legal, así mismo, siempre consideran la experiencia y el compromiso con la comunidad en base al tiempo, dinero, servicio y productos.

De esta manera, se determina que siempre acción social empresarial en RSE, es la respuesta a la presión del estado venezolano ante los cambios que se vienen introduciendo en el sector productivo del país; por lo que siempre para implementar la responsabilidad empresarial, el sentido de colaboración es dependiente de la naturaleza de las acciones empresariales y de su entorno, siendo siempre vital la interacción con la comunidad donde se desenvuelven, mediante la adopción de filosofía y prácticas de la RSE para disponer siempre de una gestión más consciente y de mayor claridad para una inversión socialmente responsable.

Por consiguiente, la RSE es una nueva forma de gestión empresarial pública que contribuye activa y de manera voluntaria al mejoramiento social, económico y ambiental del entorno empresarial, destacándose el reconocimiento de la comunidad y los intereses de los distintos grupos con los que se relacionan integrando el respeto a las personas, los valores éticos empresariales, la comunidad y el ambiente.

Seguidamente, en función de determinar las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) para el fortalecimiento de la Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes, se tiene que en la dimensión Contexto estratégico se determina que es necesario involucrar a los empleados para obtener algo más de ellos en forma de ideas, compromiso y lealtad, que redundan en mayor eficiencia para la empresa. En esa misma medida siempre la gestión del impacto ambiental para la prevención de la contaminación, la reducción de residuos y el reciclaje, permiten a la empresa reducir sus gastos; así como cumplir la normativa medioambiental.

Justamente, la política ambiental siempre forma parte de las estrategias empresariales para la renovación de recursos naturales como el agua, aun cuando está normalizado en las leyes; integrando a ello, el carácter vital del servicio de agua siendo enmarcado dentro de los derechos humanos, lo que hace obligatorio ir más allá de su cumplimiento, invirtiendo en el capital humano, el entorno y las relaciones con los stakeholders o involucrados en la RSE. Valga subrayar que, para implantar programas o proyectos de RSE en las empresas de servicios públicos del estado se debe incursionar con acciones que alcancen llegar más allá del cumplimiento de una obligación legal empresarial.

Dado el carácter público de la empresa y el servicio vital que presta siempre existirá presión constante y demanda del servicio por parte de la sociedad civil y de la comunidad en general; por lo que la participación constante y el apoyo de la comunidad, puede incluir actividades que beneficien al colectivo, como el patrocinio

o la dedicación de tiempo y experiencia; además, pueden circunscribirse a iniciativas culturales, educativas o deportivas; o en ayudar a solucionar cuestiones sociales, como la prevención del delito o el desempleo. Siendo vital el involucramiento de los actores comunitarios, su participación activa para ejecutar acciones enmarcadas en la RSE.

En igual forma, se enfatiza que la comunicación como estrategia de RSE que contribuye al cumplimiento de los requisitos establecidos por los stakeholders o involucrados debe ser fortalecida, y es allí donde la empresa debe trabajar en función de mejorar la imagen empresarial del servicio prestado ante comunidades locales. Por eso, hoy por hoy las estrategias de RSE giran en torno a mejorar las relaciones con la comunidad local, fidelizar a los empleados y tener lealtad de los clientes; mediante el conocimiento de sus inquietudes y expectativas

Sobre la base de aplicar las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) y los elementos en acciones cuyo compromiso con la sociedad se denote en el fortalecimiento de la Compañía se despliega que en la dimensión contexto operacional, la gestión empresarial casi siempre se define con el desarrollo de acciones compartidas enmarcadas en un plan estratégico de RSE y la voluntariedad es parte de las estrategias esenciales de RSE de la empresa, que se elaboran con anticipación a las acciones, para que se apliquen, y se plantean de forma consciente e intencional. De manera tal que, las decisiones compartidas casi siempre son producto del consenso de un plan institucional en RSE, que en igual medida articulan con la gestión empresarial para el establecimiento de un clima de confianza.

Por otra parte, evaluar la realización de las estrategias de responsabilidad social empresarial (RSE) circunscrita a la dimensión contexto evaluativo, indica que siempre todas las acciones enmarcadas en el Plan de RSE giran respecto al entorno empresarial en función de principios de voluntariedad, flexibilidad, adaptabilidad;

comunicando logros y avances en satisfacer necesidades y expectativas del servicio prestado.

Además, casi siempre es vital conocer las expectativas de la comunidad; ya que es uno de los indicadores que se evalúan en el impacto del plan de RSE de la empresa, así como la gestión transparente que se presenta como una estrategia comunicacional a ser compartida. Indudablemente, siempre existen múltiples problemas comunitarios del servicio de agua que se priorizan en función de los recursos disponibles y el presupuesto, que permiten garantizar la sostenibilidad del servicio de agua en el tiempo; cuya orientación recae sobre acciones ambientales que efectivamente tiene implementada la empresa desde su conformación.

### **Recomendaciones**

1. Consolidar el plan de estrategias de responsabilidad social empresarial (P.E.R.S.E.), basados en los resultados de la investigación.
2. Involucrar y generar encuentros entre empresa y actores involucrados
3. Considerar líneas de investigación en gerencia de la RSE en empresas públicas.
4. Destacar la importancia que requiere la capacitación con un enfoque de competencias organizacionales
5. Promover la comunicación como vía de expresión en el entorno gerencial
6. Comunicar el plan estrategias de responsabilidad social empresarial (P.E.R.S.E.) para la empresa Compañía Anónima Hidrológica del Centro (HIDROCENTRO) Cojedes como una vía de ser promocionado.
7. Con los maestrantes de gerencia de la Unellez organizar jornadas de formación en RSE para las empresas públicas.

## REFERENCIAS CONSULTADAS

- Arias, F. 2012. El Proyecto de Investigación, Introducción a la Metodología Científica. 6ta. Edición. Editorial Episteme. Caracas, Venezuela. Pp. 23, 24, 27, 31, 67, 69, 111
- Abad, J. 2018. Diseño de un modelo de gestión socialmente responsable para pymes del Ecuador: Caso de estudio Empresa Logex Operaciones. Universidad Técnica Particular de Loja. La Universidad Católica de Loja. Disponible: [http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/23083/1/Abad\\_García\\_Jorge\\_Armando.pdf](http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/20.500.11962/23083/1/Abad_García_Jorge_Armando.pdf). Pp. 10.
- Ansoff .1976. Estrategia corporativa. Mc Graw Hill, Harmonswoth
- Cardona, Del Río., y Guacarí .2017, titulado: Responsabilidad Social Empresarial y construcción de la marca: una nueva mirada a las estrategias de gestión. Rev. Investigación, desarrollo e innovación, 8(1), 49-60. Disponible: [https://www.researchgate.net/publication/321651709\\_Responsabilidad\\_social\\_empresarial\\_y\\_construccion\\_de\\_la\\_marca\\_una\\_nueva\\_mirada\\_a\\_las\\_estrategias\\_de\\_gestion](https://www.researchgate.net/publication/321651709_Responsabilidad_social_empresarial_y_construccion_de_la_marca_una_nueva_mirada_a_las_estrategias_de_gestion).
- Carroll.1979. A Three-dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. [Revista en Línea] disponible en: <http://www.iniciativajovem.org.br/pub/biblioteca/A%20three%20Dimensional%20Conceptual%20Model%20of%20Corporate%20Performance.pdf>
- Castellanos y Castellanos 2009. El fortalecimiento de la imagen empresarial a través de la gestión del comportamiento corporativo socialmente responsable. Disponible en el Link: <https://www.eumed.net/ce/2010a/cccm.htm>. Pp.8
- Capiottri y Schulze. 2010. Responsabilidad Social Empresarial. Colección Libros de la Empresa EXECUTIVE Business School. Santiago de Chile. Disponible: [http://www.bidireccional.net/Blog/Libro\\_RSE.pdf](http://www.bidireccional.net/Blog/Libro_RSE.pdf) Pp. 8.
- Caravedo, B. 2011. Desarrollo Sostenible, Ética, Filantropía y Responsabilidad Social. Disponible en el Link: <https://publications.iadb.org/es/publicacion/15171/la-responsabilidad-social-de-la-empresa-en-america-latina-manual-de-gestion>. Pp. 38, 43.
- Cansino y Morales. 2008: Responsabilidad Social Empresarial. Santiago: Departamento Control de gestión y Sistemas de información de la Facultad de Economía y negocios de la universidad de Chile. Disponible en: [file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Mis%20documentos/Downloads/53f1a1f50cf23733e815be14%20\(1\). Pdf](file:///C:/Documents%20and%20Settings/Administrador/Mis%20documentos/Downloads/53f1a1f50cf23733e815be14%20(1).Pdf). Pp.18
- Cici, C. y Ranghieri, F. 2008. Acciones recomendadas para fomentar la adopción de prácticas de Responsabilidad Social Corporativa en Pequeñas y Medianas Empresas (PYME), Washington. Pp. 67.
- Chandler.2003: Estrategia y estructura. Capítulos de la historia de la empresa industrial estadounidense. Nueva York: Beard Books.
- Davis.1960; ¿Pueden las empresas permitirse ignorar las responsabilidades sociales?; Revisión de la gestión de California, 2, p. 70–76.

- Drucker. 1985. Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de Empresarios, Gerentes y Trabajadores en la Sociedad del Conocimiento. Cuadernos Latinoamericanos de Administración. Vol. IV, N° 7. P.P. 7-18. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634350002.pdf>. HYPERLINK "https://www.redalyc.org/pdf/4096/409634350002.pdf.%20Pp.%2011" Pp. 11.
- Freeman. 1984; Gestión estratégica: un enfoque de partes interesadas; Boston: Pitman.
- Hernández, R. Fernández C. y Baptista, P. 2007. Metodología de la Investigación. Cuarta Edición. México: McGraw-Hill. Pp. 236; 256, 285, 278, 288; 306
- Hernández., Fernández, y Baptista. 2014. Definición conceptual o constitutiva. En Metodología de la Investigación (6ª ed., pp. 119-125). México: McGraw-Hill. [euam1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2775/506\\_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://euam1.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/2775/506_5.pdf?sequence=1&isAllowed=y).
- Hurtado, J. 2008. Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambio (4ta. ed). Episteme, Valencia, Venezuela. Pp.140.
- Kuhn, T. 1975. La estructura de las revoluciones científicas, México: Fondo de Cultura Económica. Pp .11
- Lerma. 2012. Metodología de la Investigación. Propuesta, Anteproyecto y Proyecto. <http://roa.ult.edu.cu/bitstream/123456789/3244/1/METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION%20PROPUESTA%20ANTEPROYECTO%20Y%20PROYECTO.pdf>. Cuarta Edición. Pp.72.
- Márquez. 2012. El Proceso de investigación en las Ciencias Sociales. Ediciones de la Universidad Ezequiel Zamora. Colección Docencia Universitaria.3era. Reimpresión. Pp.101
- Medina, Ramírez y Hernández (2017) Teorías sobre la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE) .Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas. (CUCEA) de la Universidad de Guadalajara, Núcleo Los Belenes. Zapopan, Jalisco, México. Disponible en el Link: [http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2017/08/Medina\\_Teor%C3%83%C2%ADas\\_sobre\\_la\\_responsabilidad.pdf](http://www.economicas.uba.ar/wp-content/uploads/2017/08/Medina_Teor%C3%83%C2%ADas_sobre_la_responsabilidad.pdf). Pp .2.
- Mintzberg. 1985: El proceso estratégico: concepto, contextos y casos. / Henry Mintzberg y James Brian Quinn. Editorial Prentice Hall. México.
- Navarro. 2016. La Responsabilidad Social Empresarial: Teorías que Fundamentan su Aplicabilidad en Venezuela. Disponible en el link: <https://www.redalyc.org/jatsRepo/5530/553056828011/html/index.html>. Pp.17
- Oberto M., T. 2007. La Responsabilidad Social Empresarial y el Reconocimiento de los Derechos Laborales. Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas N° 3: 139-167. ISSN 1856-7878. Disponible en el Link: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/derecho/revista/3-2007/art%205.pdf>. Pp. 149.
- Ojeda, Conraud y Archundia (2014) Responsabilidad Social Corporativa en Empresas Trasnacionales. Disponible en el Link: [https://www.researchgate.net/publication/276028145\\_Responsabilidad\\_Social\\_Corporativa\\_en\\_Empresas\\_Trasnacionales](https://www.researchgate.net/publication/276028145_Responsabilidad_Social_Corporativa_en_Empresas_Trasnacionales). Pp.153
- Pacto Global. 2004. Guía del Pacto Global. Una forma práctica para implementar los nueve principios en la gestión empresarial”, Revista Futuros [en línea], disponible

- en: [http://www.revistafuturos.info/indices/indice\\_17\\_home.htm](http://www.revistafuturos.info/indices/indice_17_home.htm), recuperado: 30 de septiembre de 2008
- Palella, S. y Martins, F. 2010. Metodología de la Investigación Cuantitativa. Caracas: Fondo Editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador. Pp. 55, 63.
- Plan de Responsabilidad Social. RSE .2018, del Ayuntamiento de Valladolid en España. Disponible en el Link: [quavall.es/wp-content/uploads/2018/03/RSC2018\\_Entidad-Aquavall.compressed.pdf](http://quavall.es/wp-content/uploads/2018/03/RSC2018_Entidad-Aquavall.compressed.pdf)
- Pérez, M. Espinoza, C. y Peralta, B. 2016. La Responsabilidad Social Empresarial y su Enfoque Ambiental: una visión sostenible a futuro. Revista Universidad y Sociedad [Revista en línea]. En <http://scielo.sld.sld.cu/pdf/v8n3/rus23316.pdf>. [Consulta: octubre 16, 2019].Pp.169.
- Reyes.2013. La responsabilidad social empresarial y la justicia restaurativa como factores clave del Proyecto Alcatraz de la Fundación Santa Teresa. Sapienza Organizacional. Año 1 n° 1. Mérida: Gilog Faces.P.p.24
- Rincón, Montoya, y Vélez .2018. En su investigación titulada: Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en organizaciones del sector construcción en Medellín. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 8(16), 79-94. Disponible en: <https://10.17163/ret.n16.2018.06>
- Ronda. 2002: Un concepto de estrategia. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/un-concepto-de-estrategia/>
- Ruiz (2013) Instrumentos y técnicas de investigación educativa. Un enfoque cuantitativo y cualitativo para la recolección y análisis de datos. Editorial. Tercera Edición, Copyright by DANAGA Training and Consulting Houston, Texas USA. Disponible en el Link: [https://www.academia.edu/37886948/Instrumentos\\_y\\_Tecnicas\\_de\\_Investigaci%C3%B3n\\_Educativa\\_Carlos\\_Ruiz\\_Bolivar\\_pdf](https://www.academia.edu/37886948/Instrumentos_y_Tecnicas_de_Investigaci%C3%B3n_Educativa_Carlos_Ruiz_Bolivar_pdf).Pp.76
- Ruiz, C.1998.Instrumentos de Investigación Educativa. Venezuela: Barquisimeto, CIDEG.
- Touraine .2000 ¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes, México, Fondo de Cultura Económica.
- Venezuela. Constitución de la República Bolivariana de Venezuela. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.453 (Extraordinaria), 24 de marzo de 1999.
- Vergara y Vicaría .2010. Ser o Aparentar la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia. Pontificia. Universidad Javeriana, p.p. 89-131. Disponible en el Link: <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/20084/VergaraFernandezMariaPaula2009.pdf?sequence=2&isAllowed=y>.Pp.60
- Vives, A. 2011 Responsabilidad de la Empresa ante la Sociedad. p. 57. Artículo disponible en la Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina de Antonio Vives y Estrella Peinado-Vara. Editores.
- Vives, A. 2011. Prácticas Responsables en Pequeñas y Medianas Empresas. p. 359. Artículo disponible en la responsabilidad social de la empresa en América Latina de Antonio Vives y Estrella Peinado-Vara. Editores.

- Vives, A. y Peinado, E. 2011. La Responsabilidad Social de la Empresa en América Latina. Fondo Multilateral de Inversiones (Banco Interamericano de Desarrollo). Disponible en el Link: [http://luisperera.com/lp/Publicaciones\\_files/LIBRO%20RSE.pdf](http://luisperera.com/lp/Publicaciones_files/LIBRO%20RSE.pdf). Pp. 5, 6, 27.
- Villegas, Y. 2017. Responsabilidad Social Empresarial en el Contexto de las Relaciones Laborales en las PYMES. Universidad Fermín Toro, UFT. Barinas, Venezuela. Revista Scientific. Pp. 286-302.
- Moreno y Chaves.2017. Las prácticas responsables de las empresas de la Comunidad Valenciana en el ámbito laboral. Revista de Responsabilidad Social de la Empresa N ° 27 2017 Cuatrimestre III: Responsabilidad Social: qué es, definición, concepto y tipos. Disponible en: <https://www.responsabilidadsocial.net/la-responsabilidad-social-que-es-definicion-concepto-y-tipos/>. Consulta 2

**ANEXOS**



## ANEXO A: INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES.

**Autor:** Licdo. José Luis Aguilar

**Tutora:** Dra. Carmen Pinto

**Año:** 2021

**Instrucciones.** Lea detenidamente cada una de las preguntas, una vez asimilada la misma; seleccione aquella alternativa de respuesta que de manera inequívoca representa su opinión.

Nº	ÍTEMES	RESPUESTAS			
		Siempre (S)	Casi siempre (CS)	Algunas Veces (Av)	Nunca (N)
<b>CONTEXTO SITUACIONAL DE LA RSE A NIVEL PÚBLICO</b>					
1	¿En esta empresa se destaca la Experiencia y el compromiso con la comunidad en tiempo, dinero, servicio y productos?				
2	¿La empresa HIDROCENTRO - Cojedes, planifica y lleva a cabo jornadas o encuentros con las comunidades locales para fortalecer la relación existente entre ambas partes?				
3	¿En HIDROCENTRO - Cojedes el sentido de colaboración depende de la naturaleza de las acciones empresariales y de su entorno, para implementar la responsabilidad empresarial?				
4	¿La Acción social empresarial en RSE es la respuesta a la presión del estado venezolano ante los cambios que se vienen introduciendo en el sector productivo del país?				
5	¿La acción social institucional en RSE se centra en formación del personal, seguridad e higiene laboral y preservación del ambiente; para cumplir con el marco normativo legal?				
6	¿La acción responsable de la empresa hacia el colectivo que conforma su contexto, refiere la interrelación existente y necesaria entre empresa y sociedad a partir del principio de la responsabilidad social inherente a una actitud filantrópica?				
7	¿Considera que la adopción de una filosofía y prácticas de RSE le permitirían a la empresa HIDROCENTRO - Cojedes tener una gestión más consciente y de mayor claridad para una inversión socialmente responsable?				

<b>CONTEXTO ESTRATÉGICO</b>					
8	¿HIDROCENTRO - Cojedes realiza actividades de RSE que involucren a los empleados para obtener algo más de ellos en forma de ideas, compromisos y lealtad, en búsqueda de una mayor eficiencia institucional?				
9	¿Aquí la Gestión del impacto ambiental para la prevención de la contaminación, la reducción de residuos y el reciclaje, permiten a la empresa reducir sus gastos; así como cumplir la normativa medioambiental?				
10	¿Aquí la política medioambiental, aun cuando está normalizado en las leyes forma parte de las estrategias empresariales para la renovación de Recursos naturales como el agua?				
11	¿La empresa HIDROCENTRO - Cojedes trabaja en función de mejorar la imagen institucional, sin tomar en cuenta las expectativas de las comunidades locales?				
12	¿La participación constante y el apoyo de la comunidad pueden incluir cualquier actividad que beneficie al colectivo, como el patrocinio o la dedicación de tiempo y experiencia; además, puede circunscribirse a iniciativas culturales, educativas o deportivas; ayudar a solucionar cuestiones sociales, como la prevención del delito o el desempleo?				
13	¿Hoy por hoy las estrategias giran en torno a mejorar las relaciones con la comunidad local y fidelizar a los empleados y tener lealtad de los clientes; mediante el conocimiento de sus inquietudes y expectativas?				
14	¿En esta empresa en materia de salud y seguridad en el lugar de trabajo se ha ido voluntariamente más allá del estricto cumplimiento de las normas, dado que la prevención de accidentes y otros incidentes no deseados forman parte del carácter de los trabajadores?				
15	¿La comunicación como estrategia de RSE que contribuye al cumplimiento de los requisitos establecidos por los stakeholders, está condicionada por el nivel directivo de la empresa HIDROCENTRO - Cojedes?				
16	¿Aquí existe una presión y demanda constante del servicio por parte de la sociedad civil y de la comunidad en general?				
17	¿Dado el carácter vital del servicio de agua enmarcado este dentro de los derechos humanos, se hace necesario ir más allá de su cumplimiento invirtiendo en el capital humano, el entorno y las relaciones con los stakeholders?				
<b>CONTEXTO OPERACIONAL</b>					
18	¿Aquí, la voluntariedad es parte de las estrategias esenciales de RSE de la empresa, que se elaboran				

	con anticipación a las acciones, Para que se apliquen, y se plantean de forma consciente e intencional?				
19	¿Aquí la gestión empresarial se define con el desarrollo de acciones compartidas enmarcadas en un plan estratégico de RSE?				
20	¿Aquí la gestión empresarial permite el establecimiento de un Clima de confianza?				
21	¿Aquí las decisiones compartidas son producto de un consenso de un plan institucional de RSE?				
<b>CONTEXTO EVALUATIVO</b>					
22	¿Las expectativas de la comunidad es uno de los indicadores que se evalúan en el impacto del plan de RSE de la empresa?				
23	¿Existen múltiples problemas comunitarios del servicio de agua, que se priorizan en función de los recursos disponibles y presupuesto asignado?				
24	¿Mediante el plan de RSE, la Gestión transparente es una estrategia comunicacional a ser compartida?				
25	¿Aquí todas las acciones enmarcadas en el Plan de RSE giran Respeto del entorno empresarial en función de principios de voluntariedad, flexibilidad, adaptabilidad; comunicando logros y avances en satisfacer necesidades y expectativas en función del servicio prestado?				

Muchas gracias!

### **Escala de valoración**

<b>Alternativas de Respuestas</b>	<b>Valoración</b>
<b>Siempre (S)</b>	<b>3</b>
<b>Casi Siempre (S)</b>	<b>2</b>
<b>Algunas Veces (Av)</b>	<b>1</b>
<b>Nunca (N)</b>	<b>0</b>



**ANEXO C: VALIDEZ DEL INSTRUMENTO****TÍTULO:**

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES

Autor: Licdo. José Luis Aguilar

Tutora: Dra. Carmen Pinto

**Datos del Evaluador**

Nombre y Apellido: Magaly Ramona Núñez. Cédula de Identidad: V-8.134.337.

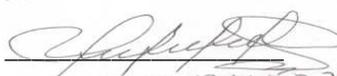
Ocupación: Prof. Tesis II. Investigadora Social Cualitativa y Metodólogo; MSc. en Gerencia Empresarial.

**Instrucciones:** Para cada ítems escriba una equis (X) dentro de la casilla que usted considere que es la evaluación para cada pregunta.

Ítems	Redacción		Pertinencia		Congruencia		Extensión	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	X		X		X			X
2	X		X		X			X
3	X		X		X			X
4	X		X		X			X
5	X		X		X			X
6	X		X		X			X
7	X		X		X			X
8	X		X		X			X
9	X		X		X			X
10	X		X		X			X
11	X		X		X			X
12	X		X		X			X
13	X		X		X			X
14	X		X		X			X
15	X		X		X			X
16	X		X		X			X
17	X		X		X			X
18	X		X		X			X
19	X		X		X			X
20	X		X		X			X
21	X		X		X			X
22	X		X		X			X
23	X		X		X			X
24	X		X		X			X
25	X		X		X			X

**Observaciones y recomendaciones:** Instrumento pertinente y congruente en metodología para ser aplicado

Firma

  
 C.F. 8.134.337  
 C.SAV. 1025

**TÍTULO:**

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES

Autor: Licdo. José Luis Aguilar

Tutora: Dra. Carmen Pinto

**Datos del Evaluador**

**Nombre y Apellido:** Hilda Barreto. Cedula de Identidad: V-7.011.729.

Ocupación: Ing. Agrícola. Msc en Desarrollo Rural. Asesora empresarial.

**Instrucciones:** Para cada ítems escriba una equis (X) dentro de la casilla que usted considere que es la evaluación para cada pregunta.

Ítems	Redacción		Pertinencia		Congruencia		Extensión	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1	X		X		X			X
2	X		X		X			X
3	X		X		X			X
4	X		X		X			X
5	X		X		X			X
6	X		X		X			X
7	X		X		X			X
8	X		X		X			X
9	X		X		X			X
10	X		X		X			X
11	X		X		X			X
12	X		X		X			X
13	X		X		X			X
14	X		X		X			X
15	X		X		X			X
16	X		X		X			X
17	X		X		X			X
18	X		X		X			X
19	X		X		X			X
20	X		X		X			X
21	X		X		X			X
22	X		X		X			X
23	X		X		X			X
24	X		X		X			X
25	X		X		X			X

**Observaciones y recomendaciones:** Instrumento ajustado a la investigación desde las exigencias académicas.

Firma



Hilda Barreto

C.I. N° V-7.011.729

**TÍTULO:**

RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA EMPRESA COMPAÑÍA ANÓNIMA HIDROLÓGICA DEL CENTRO (HIDROCENTRO) COJEDES

Autor: Licdo. José Luis Aguilar

Tutora: Dra. Carmen Pinto

**Datos del Evaluador**

Nombre y Apellido: Carmelina Lanza. Cedula de Identidad: V-12.554.348.

Ocupación: Economista. Asesora empresarial. Profesora dedicación exclusiva Unellez. **Instrucciones:** Para cada ítems escriba una equis (X) dentro de la casilla que

usted considere que es la evaluación para cada pregunta.

Ítems	Redacción		Pertinencia		Congruencia		Extensión	
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No
1.	X		X		X			X
2.	X		X		X			X
3.	X		X		X			X
4.	X		X		X			X
5.	X		X		X			X
6.	X		X		X			X
7.	X		X		X			X
8.	X		X		X			X
9.	X		X		X			X
10	X		X		X			X
11	X		X		X			X
12	X		X		X			X
13	X		X		X			X
14	X		X		X			X
15	X		X		X			X
16	X		X		X			X
17	X		X		X			X
18	X		X		X			X
19	X		X		X			X
20	X		X		X			X
21	X		X		X			X
22	X		X		X			X
23	X		X		X			X
24	X		X		X			X
25	X		X		X			X

**Observaciones y recomendaciones:** Cumple con las normas metodológicas para sustentar los resultados de la investigación, por lo que es pertinente de aplicar.

Firma 

Carmelina Lanza  
C.I. N° V-12.554.348