



RESPONSABILIDAD SOCIAL: UNA INICIATIVA DE INVERSIÓN EN EMPRESAS PRIVADAS

RECIBIDO: 24/04/2014 ACEPTADO: 23/04/2016

Socorro, Cecilia

Universidad del Zulia, LUZ, Venezuela

cecri.ccp@hotmail.com

Seijo, Cristina

Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín, URBE, Venezuela

cristinasejioa@hotmail.com

RESUMEN

El presente artículo tuvo el propósito de analizar la responsabilidad social como una iniciativa de inversión en empresas privadas, considerándola una estrategia para crear valor dentro de las empresas, basado en los fundamentos teóricos de Volpentesta (2009), Vega (2005), Carneiro (2004), Cordoba (2007), Gitman (2007), Hernández (2005), entre otros, utilizando un enfoque documental e interpretativo, obteniéndose como principales hallazgos que la responsabilidad social se ha convertido hoy en día en un aspecto fundamental para las empresas privadas, pudiéndose destacar como una iniciativa de inversión. Pues dada la gran cantidad de demandas sociales en materia de mejoramiento de la calidad de vida, donde el Estado no alcanza a solventarlas todas, se hace preciso, el apoyo empresarial. En este sentido, cuando las empresas desarrollan programas en beneficio de las comunidades, se requiere la ejecución de proyectos que permitan alcanzar dichos beneficios, estos proyectos a su vez, contribuyen con las obras sociales que debe realizar el Estado, por lo cual, la ejecución de proyectos sociales permite el cumplimiento de las obligaciones de responsabilidad social a nivel de las empresas. Ahora bien, el desarrollo de este artículo permitió evidenciar como al desarrollar programas de responsabilidad social en las empresas, se requieren en muchos casos, la compra de activos, insumos, bienes inmateriales, para el desarrollo de las actividades planificadas, siendo esto último una inversión para la empresa, pues con las mismas, se beneficiará a diferentes comunidades, satisfaciendo sus necesidades sociales; traduciéndose lo anterior, en reconocimiento, legitimidad para la empresa, incremento en las ventas, mayor desarrollo y nuevas inversiones para expandir sus operaciones hacia otros mercados.

Palabras clave: responsabilidad social, inversión, empresas privadas.

SOCIAL RESPONSIBILITY: INVESTMENT INITIATIVE PRIVATE COMPANIES

ABSTRACT

This article was intended to analyze the social responsibility as an investment initiative in private companies, considering a strategy to create value within companies, based on the



theoretical foundations of Volpentesta (2009), Vega (2005), Carneiro (2004), Cordoba (2007), Gitman (2007), Hernandez (2005), among others, using a documentary and interpretive approach, obtaining as main findings that social responsibility has today become a fundamental aspect for private companies, being able to stand out as an investment initiative. Well, given the large number of social demands for improved quality of life, where the state reaches not solve them all, it is necessary, business support. In this sense, when companies develop programs to benefit communities, implementation of projects to achieve these benefits are required, these projects will in turn contribute to social works to be performed by the State, which, execution social projects enables compliance with the obligations of social responsibility at the enterprise level. However, the development of this article, allowed evidence as to develop social responsibility programs in enterprises, they are required in many cases, the purchase of assets, supplies, intangible property for the development of planned activities, the latter being one investment for the company, because with them, will benefit different communities, meeting their social needs; translating the above, recognition, legitimacy for the company, increased sales, further development and new investments to expand its operations to other markets.

Keywords: social responsibility, investment, private companies.

INTRODUCCIÓN

Desde la Edad Contemporánea hasta la actualidad, la tecnología, junto a los avances científicos ha venido ganando importancia, cada día resulta más fácil acceder a la información, donde prácticamente ya se hace necesario adquirir bienes para tener mejor calidad de vida; donde los valores, la eficiencia, la eficacia, el compromiso y las capacidades para negociar son requerimientos básicos para aumentar la capacidad productiva de las personas. Siendo dichos comportamientos una responsabilidad para la sociedad.

Aunado a lo anterior, el posicionamiento del mercado es lo que predomina en la actualidad, por lo cual las empresas retoman poder, generando cambios en la responsabilidad social, donde la moral y la legalidad representan una obligación en las empresas. No obstante, las normas de conducta son determinadas por la entidad que posea más poder en el momento, estableciéndose así las reglas que serán aceptadas por la sociedad.

De acuerdo a lo anterior, las empresas necesitan realizar inversiones de manera permanente, producto de las necesidades del contexto económico donde se desarrollen, con la finalidad de mantener o aumentar su posición competitiva y con esto su poder en el mercado. Por lo tanto, para tomar decisiones sobre cómo utilizar su flujo de efectivo, en nuevas inversiones, se debe analizar el entorno, conocer la dinámica del negocio, a manera de saber cuáles pueden ser sus necesidades prioritarias, comparando el costo-beneficio, de dicha decisión.

Es así como, en esta selección de inversiones, influyen los valores éticos tanto de la empresa como de sus miembros, pues es preciso para los empresarios generar



rentabilidad, pero sin afectar los intereses de la sociedad con quien se relaciona directamente, aunado a lo anterior, el Estado obliga a las mismas a cumplir con ciertas actividades en materia de responsabilidad social, en función a esto se propone hacer de esta última una iniciativa de inversión para las empresas privadas, aprovechando las necesidades de la comunidad para desarrollar proyectos de inversión en beneficio de todos los involucrados.

RESPONSABILIDAD SOCIAL: UNA TRIADA ENTRE ENTORNO SOCIAL, COMUNIDAD Y MEDIO AMBIENTE

La responsabilidad social es una actividad extendida hasta las comunidades y el medio ambiente, abarcando la integración entre las empresas con su entorno inmediato, no solo proporcionando puestos de trabajo, ingresos fiscales, sino también mediante esta actividad se le garantiza estabilidad y prosperidad a las sociedades con quienes se relacionan.

Al respecto, Carneiro (2004) refiriéndose a la responsabilidad social plantea que las empresas debían tener plena conciencia de los efectos reales producidos por sus acciones sobre el entorno social, estableciendo formas de comportamiento orientadas hacia una actitud positiva en lo relacionado con los valores e intereses de la sociedad, lo cual, subraya la pertinencia, para los empresarios de dar respuestas positivas a las demandas de orden social como a la percepción que en el mismo tienen las cuestiones relacionadas con el bienestar y la calidad de vida.

Por su parte, Volpentesta (2009) señala que la responsabilidad social es un interés propio e inteligente de la empresa para producir beneficios tanto a la comunidad como a ella misma, refleja en general la misión y la visión de la empresa, afecta a los empleados, están dirigidas hacia las comunidades, implica una inclinación permanente y consistente del empresario para evaluar el impacto medio ambiental de las acciones que realizan.

Por los anteriores planteamientos, se puede definir la responsabilidad social como la creación, el desarrollo de nuevos recursos, estrategias, oportunidades de negocio, tomando en cuenta la sociedad en sus decisiones operativas, es decir, vincular las necesidades locales con los objetivos comerciales, lo cual se imponen como exigencias para la supervivencia económica de la empresa.

RESPONSABILIDAD SOCIAL: UNA INVERSIÓN QUE GENERARÁ BENEFICIOS FINANCIEROS

En relación a las ventajas que ofrecen las acciones de responsabilidad social Añez, Hernandez, Silvestri y Gómez (2008) indican que las mismas arrojan beneficios tales como: los recursos naturales, sociales, ambientales, humanos y a su vez representan para la empresa una inversión, la cual generará beneficios financieros. La importancia de estas actividades varía a través del tiempo.

Para Vives (2007) la generación de beneficios a partir de la introducción de la responsabilidad social puede ser pensada desde dos dimensiones: desde la perspectiva



de la empresa, el argumento empresarial y desde la perspectiva de los grupos de interés afectados por las actividades de la empresa, el argumento social. Tanto la reducción de costos como la mejora de la imagen, impactan en la competitividad de la empresa.

Asimismo, como lo señala Urdaneta (2008) la responsabilidad social no solo produce beneficios hacia el medio ambiente, los recursos naturales, sociales y humanos, a su vez, representan para la empresa una inversión que repercute en beneficios financieros, reflejados de forma casi inmediata favoreciendo la productividad y la eficiencia de la empresa. Es decir, experimentarán importantes beneficios tanto cuantitativos como cualitativos, estos beneficios se pueden dividir en externos e internos:

BENEFICIOS EXTERNOS

Desarrollo sustentable: se ha enfatizado una concepción del desarrollo sostenible como el espacio de encuentro de tres vectores dinámicos, económico, ambiental y social, lejos de entrar en contradicción unos con otros deben apoyarse, reforzándose mutuamente. La racionalidad de este enfoque no es otra que la consideración de una apuesta coherente realizada por algunas empresas en relación a la responsabilidad social, basada en sólidos códigos de conducta, positiva para la viabilidad de la empresa a largo plazo.

Para Vega (2005) la responsabilidad social genera desarrollo sostenible porque de acuerdo al modelo de desarrollo, busca compatibilizar la explotación racional de recursos naturales y su regeneración, eliminando el impacto nocivo de la acción del ser humano en general, de los procesos productivos en particular, para satisfacer necesidades de las generaciones presentes sin poner en peligro la satisfacción de necesidades de generaciones futuras.

Unificando, el desarrollo sustentable es un proceso integral de crecimiento de la sociedad, donde se exige a los distintos actores de la sociedad compromisos en la aplicación del modelo de responsabilidad social, donde el cuidado, la protección del medio ambiente, el crecimiento económico sean sus principales nortes, estableciendo un modo de llevar a cabo prácticas responsables en beneficio de la sociedad, pues esto determinará las mejoras a realizar en su calidad de vida.

Legitimidad social: entre los beneficios generados por las prácticas de responsabilidad social se encuentra la mejora de la imagen general de la empresa, su credibilidad frente a clientes, consumidores, competidores, administraciones públicas y opinión pública. Toda organización, según Urdaneta (2008) para ser legítima, no puede ni debe ignorar la sociedad en donde actúa, el grado de conciencia moral alcanzado por la misma, referido a los derechos que es preciso respetar. Asimismo, la participación social de una empresa crea una imagen, por lo cual, esta debe ser positiva. Frecuentemente, los consumidores se sienten más inclinados hacia adquirir bienes y servicios de empresas con buena reputación en las áreas relacionadas con la responsabilidad social.

De este modo, cuando una empresa actúa con comportamientos éticos, ayudando a configurar la cultura empresarial, respondiendo a las exigencias de los diferentes grupos



de interés, se ve obligada a tener en cuenta las consecuencias de sus acciones, asumiendo su responsabilidad por los actos, decisiones influyentes sobre sus diferentes stakeholders, alcanzando así un desarrollo económico, social y medioambiental sostenible, el cual representará un modelo a seguir por otras organizaciones, donde la responsabilidad social se muestra como una herramienta de gestión fundamental para la legitimidad social de una empresa y su sostenibilidad en el futuro.

Incentivo a la probidad administrativa: Para Vega (2005) las empresas al contemplar políticas sobre la diversidad y sistemas de resolución de conflictos relacionados con la discriminación, reducen su riesgo de ser perseguidas judicialmente y pagar multas millonarias. Las empresas responsables pueden reducir otros riesgos de persecución y sanción legal en materia penal, medioambiental, laboral, monopolística, entre otras.

Para Vives (2007) esta ventaja se refiere al enfoque de gestión basado en asuntos sociales, donde se analizan los procesos por los cuales la empresa identifica, evalúa, responde a los asuntos sociales y políticos que pueden afectar significativamente su negocio. A diferencia del concepto de receptividad social, el cual trata de la brecha entre las demandas sociales junto al desempeño de la empresa, la gestión de asuntos sociales, se enfoca en los procesos de inclusión de las demandas aunado al proceso de toma de decisiones, basado en estas exigencias sociales.

Adicionalmente, según Gaete (2008) es posible vincular la responsabilidad social con la gestión pública en relación con la ética, especialmente con la probidad administrativa, con la cual tanto funcionarios como instituciones deben desarrollar la función pública correspondiente de acuerdo a su misión institucional. La responsabilidad social proporciona importantes criterios como: la cultura organizacional asociada a la rendición de cuentas, memorias de sustentabilidad, códigos de ética, gestión de la relación con los stakeholders, entre otras prácticas, para reforzar la ética, el comportamiento socialmente responsable y la probidad dentro de cualquier organización.

Dado este contexto, se puede decir, la probidad administrativa es otra de las ventajas obtenidas al aplicar un modelo de responsabilidad social, donde se busca regir la conducta exigible tanto a los funcionarios de la administración del Estado, como a los diferentes empleados de las empresas, estableciendo el alcance de ciertos conceptos básicos de interés público, fortaleciendo el compromiso, la conciencia, en la prestación de servicios en las diferentes organizaciones, haciendo transparente el proceso de rendición de cuentas y reduciendo su riesgo de ser perseguidas judicialmente.

Preservación del medio ambiente: Al respecto señalan Murillo, Garcés y Rivera (2004) la responsabilidad social ayuda, favorece a las empresas en el cumplimiento de la legislación ambiental junto a la adopción de medidas adecuadas a las políticas ambientales correspondientes, reduciendo las reclamaciones y denuncias, con el ahorro de costes derivados. Es decir, reduce los riesgos ambientales, más allá del cumplimiento legal. Pero también requieren la debida consideración de la educación ambiental, pues es fundamental para promover el desarrollo de sociedades y estilos de vida sostenibles.



Por su parte, Rodríguez y Abreu (2009) lo definen como el compromiso de la organización empresarial para proteger el medio ambiente. Abarca temas, tales como: la optimización de los recursos naturales, su preocupación por los manejos de residuos, la capacitación y concientización de su personal, lo cual, implica una inclinación permanente, consciente del empresario para evaluar el impacto medioambiental que tiene sus acciones, supone asimismo contribuir a minimizar los efectos del cambio climático.

Los planteamientos anteriores permiten establecer que las empresas deben apoyar: un criterio de precaución respecto a los problemas ambientales, iniciativas para promover una mayor responsabilidad con el medioambiente, fomentar el desarrollo de tecnologías ecológicamente racionales, colaborar con organizaciones sin ánimo de lucro y otros actores claves de la sociedad para promover la conservación medioambiental, en general, realizar esfuerzos para destacar su labores en pro de la responsabilidad social, representando un elemento nuevo de competitividad para las empresas, logrando así permanecer en el mercado.

VENTAJAS INTERNAS:

Mejora de la gestión de recursos humanos: Vega (2005) señala estudios donde se han comprobado iniciativas empresariales que contribuyen a estimular la productividad de los trabajadores. Estos programas ayudan también a luchar contra el ausentismo de los mismos, las interrupciones en el trabajo, generando un impacto positivo sobre la productividad, las políticas empresariales, al flexibilizar los horarios de trabajo en la empresa, la salud, el bienestar de los trabajadores y el respeto de la diversidad en el lugar de trabajo.

Asimismo, derivada de elementos como la importancia de considerar al trabajador no como recurso sino como personas, adicionalmente, el carácter plural de la procedencia de quienes concurren a integrar el mercado laboral, surge una demanda por parte de los recursos humanos de personalizar tanto el trato como la relación. Actualmente, gracias a los sistemas de gestión informatizada de las personas puede evitarse el anonimato en la relación laboral y favorecer su participación en la organización.

En este sentido, Carneiro (2004) señala un aspecto decisivo en la gestión de los recursos humanos, es la debida consideración hacia la vida personal y familiar de los trabajadores, jornadas excesivas, dedicación extrema al trabajo, la indiferencia ante las repercusiones físicas anímicas del exceso de ocupación, entre otras características, se han convertido en residuos de un pasado fundado en la desconsideración, la falta de respeto, la indiferencia ante situaciones estrictamente humanas.

Conectado con lo anterior, el autor refiere, para una correcta sanidad organizativa, es preciso una salud personal y relacional, siendo esto uno de los grandes retos empresariales que desde la función denominada recursos humanos, permitieron la alineación de esta con la estrategia de la empresa, mejorando el ambiente laboral dentro de la misma, garantizando la permanencia o captación de sus empleados.



Es así como se está modificando el panorama laboral día a día, asumiendo como principal activo de la organización, las personas quienes la integran, pues son ellos quienes determinan la calidad, productividad, rentabilidad, satisfacción de los clientes y por ende la imagen de la empresa. Asumiendo de esta forma el compromiso que tiene la empresa en el desarrollo de la responsabilidad social, interpretada esta como la contribución al desarrollo humano sostenible, a través del compromiso, la confianza de la empresa hacia sus empleados, las familias de estos y en especial la sociedad en general.

Reducción de los costos operativos: según Murillo, Garcés y Rivera (2004) la reducción de costos generales de la empresa están basados en la gestión y la optimización adecuada de recursos naturales, la cual reduce los consumos de energía, agua, materias primas, la generación de residuos, entre otros, asimismo, este objetivo se ve facilitado por la búsqueda e implementación de las mejoras tecnológicas disponibles. Esto coincide con Urdaneta (2008), quien plantea que existen diversas iniciativas sociales para lograr reducir los costos significativamente, minimizando gasto e improductividad.

Por su parte, Reyno (2008) señala que los programas dirigidos a la comunidad interna conllevan a una mayor concentración, menor presión por cumplimiento de metas por la percepción de valor, consideración de los empleados, interviniendo en hábitos, conductas, comportamiento dentro de la empresa, pudiéndose apreciar resultados como: Reducción del ausentismo y atraso laboral: Esto repercute en la disminución de costos para la empresa, evitando el pago por trabajo no realizado, por servicio no prestado. Aumento de la motivación en el desarrollo de tareas: se traduce en mejor disposición hacia el operar diario, repercutiendo en mayor productividad, con un sistema de empresa más eficiente, favorable para la calidad y la competitividad.

En este sentido, de acuerdo a lo abordado hasta los momentos, se deduce la flexibilidad en las condiciones de trabajo, el establecimiento de políticas para el bienestar, la salud de los empleados, entre otras iniciativas orientadas al medio ambiente y al entorno laboral, puede reducir los costos de las organizaciones, además de disminuir los gastos por improductividad.

Facilidad para obtener capital: Para Urdaneta (2008) una empresa socialmente responsable puede beneficiarse de su reputación empresarial, incrementando así la habilidad de la empresa para atraer capitales. Actualmente las empresas socialmente responsables están siendo evaluadas por los inversionistas para ser beneficiarias en programas de financiamiento y receptores de nuevas inversiones. Según Murillo, Garcés y Rivera (2004) las prácticas de responsabilidad social favorecen nuevas oportunidades en sus actividades empresariales, mejorando ambientalmente los productos propios, acudiendo a la producción o reutilización de otros, accediendo a mercados bursátiles y líneas de créditos específicas.

A modo de reflexión, los autores citados coinciden en señalar a las prácticas de responsabilidad social como un mecanismo para mejorar la reputación de la empresa, garantizar el bienestar de la comunidad y ganar credibilidad con el fin de atraer nuevas oportunidades de negocio o capitales que conlleven al crecimiento de la organización.



Dado los planteamientos anteriores, se señala que una de las principales ventajas de la responsabilidad social es la relativa facilidad para obtener capital para expansión, a través del compromiso de los propietarios, en la continuidad de la realización de acciones sociales, para la solución de problemas y el bienestar de la comunidad.

Innovación: Para Vega (2005) la responsabilidad social genera innovación porque cambia el modelo de relaciones en la empresa, los objetivos dejan de ser maximizar los beneficios y el valor de los accionistas, para generarlos en beneficios de todas las partes. Sustituye los objetivos individuales en conflicto por los de grupo de tipo solidario. En otras palabras, transforma el concepto de la empresa, de un ente jurídico/abstracto a uno social, al igual que cambia las bases conceptuales del mercado.

Según Midttun y Granda (2007) uno de los rasgos distintivos sobre sistemas de innovación es la atención prestada a la organización social, junto al proceso innovador, coincidiendo implícitamente con la agenda de la responsabilidad social. Dicha atención oscila entre los sistemas nacionales, regionales, sectoriales, tecnológicos. Es decir, puede crearse una base para una relación de complementariedad, sinergia, entre innovación con responsabilidad social partiendo de la corriente, dentro de la teoría de la innovación, donde se destaca el anclaje institucional y social del proceso innovador.

Adicionalmente, plantea Macías (2011) que en los últimos años se viene construyendo una perspectiva evolucionista, donde la innovación se posiciona como un proceso de aprendizaje, haciendo énfasis en el rol de lo humano para determinar cómo la empresa puede acumular capacidad innovadora, una dimensión social para trabajar en la dinámica de las capacidades.

En este sentido, el punto de encuentro más desarrollado entre innovación y responsabilidad social está en la transferencia de beneficios a ciudadanos de países en desarrollo, por intermedio de compañías multinacionales que realizan actividades en la base de la pirámide. Estas empresas transfieren productos a los mercados menos exigentes y aprovechan estos nuevos mercados como fuente de innovaciones donde podrían causar impactos positivos por su capacidad de innovación.

En otras palabras, la aplicación de la innovación en esferas distintas a la empresa tradicional, o en ella, pero con productos y servicios dirigidos a nuevos mercados, tiene el potencial de generar beneficios tanto para las empresas tradicionales como para las organizaciones de la sociedad civil y las poblaciones de bajos ingresos. Los nuevos beneficios son posibles, no solo en términos económicos, sino también en el sentido del bienestar.

A modo de reflexión, la innovación es una vía de supervivencia para las empresas de recuperación económica a nivel global. Pues, actualmente, innovar también se vincula con el reto de abrir nuevos mercados o nuevos modelos de negocio y con la necesidad de cumplir los objetivos e incrementar la cuenta de explotación de la compañía de manera sostenible; las empresas con cultura innovadora, generan emprendimiento para afrontar los retos globales pero sobre todo aporta los instrumentos y orientaciones para conectar la innovación con la gestión de la responsabilidad social y los retos de la sostenibilidad.

Incremento en las ventas: según Urdaneta (2008) cuando los clientes conocen las prácticas socialmente responsables de la empresa, que respetan los derechos de los trabajadores, la comunidad y el medio ambiente, gozan de preferencia de los consumidores. Por su parte, León (2008, citando a Vives y Peinado 2003), señala la aplicación de la responsabilidad social y su consecuente percepción por parte de los consumidores proveen a la empresa de beneficios directos e indirectos, en el corto o largo plazo. Entre dichos beneficios se puede mencionar el incremento en las ventas, la lealtad de los clientes, la habilidad de atraer nuevos clientes y empleados, garantizando su sostenibilidad en el mercado.

Es decir, una estrategia de responsabilidad social que le brinde beneficios directos a los clientes podría traducirse en resultados como el incremento sustancial de las ventas, una buena planeación financiera, adecuada estructura de costos, de utilidades; a su vez, la empresa sería menos sensible a las condiciones macroeconómicas del país, las variaciones del mercado, además este ejercicio estratégico le permitiría tener un mayor posicionamiento de marca y mayor reconocimiento social.

Por lo tanto, se deduce que la responsabilidad social puede influir positivamente en la competitividad de las empresas, dado que, con sus actividades sociales en beneficio de la comunidad, los clientes se sienten identificados con la misma, resultando en una mayor satisfacción y lealtad del cliente, adicionalmente, si los productos son relativamente homogéneos pueden gozar de preferencia en el mercado producto de la imagen de la empresa, como consecuencia de sus prácticas socialmente responsables.

De acuerdo a todas las ventajas descritas anteriormente, se puede decir, el integrar la gestión empresarial, accionistas con los empleados, la sociedad está marcando pauta hoy en día en las empresas por motivos de una mayor racionalización, simplificación y sinergia de actuaciones, representa un paso más en la inserción de los sistemas de gestión en un mayor ámbito de Responsabilidad Social que les da cobertura, donde dichas actividades construyen la lealtad y confianza sobre las cuales se asegura un futuro sostenible para todos.

INVERSIONES: INSTRUMENTOS PARA CONCRETAR LAS DECISIONES EN MATERIA FINANCIERA

La definición de inversiones según Bodie, Kane y Marcus (2004) corresponde al compromiso real de un dinero o de otros recursos en espera de cosechar rendimientos futuros. En todas las inversiones se sacrifica algo de valor esperando obtener un beneficio de dicho esfuerzo más adelante. Asimismo, Gitman (2007) define las inversiones como los medios o instrumentos seleccionados por la empresa con el fin de orientar y concretar las decisiones en materia financiera.

Para Jiménez, Pérez y De la Torre (2003) una inversión viene definida por la corriente de cobros y pagos que genera. En la economía moderna, la realización del proceso de producción forzosamente está acompañada de una corriente de pagos invertidos en compras de medios de producción. A esta corriente de pagos se designan procesos de inversión pertinentes al proceso de producción.



En general, la variable inversión se puede definir como la adquisición de instrumentos, renunciando a una satisfacción inmediata o consumo de unos bienes, para aplicarlo a otros fines a cambio de la esperanza de un beneficio, ganancia, rentabilidad a futuro. Dichos instrumentos son seleccionados por el especialista en finanzas, de acuerdo a la necesidad o importancia de los mismos para el proceso operativo dentro de la misma o a fin de maximizar la riqueza de los socios de la empresa. Involucra la colocación del dinero en uno o varios activos, diversificando planes, a fin de generar una mayor rentabilidad en el largo plazo.

TIPOS DE INVERSIONES: INSTRUMENTOS DE RESERVA DE LIQUIDEZ

Los tipos de inversiones se pueden definir según Córdoba (2006) como los títulos valores, representados por acciones, cuotas o partes de interés social, papeles comerciales o cualquier otro documento negociable adquirido por el ente económico con carácter temporal o permanente, con la finalidad de mantener una reserva secundaria de liquidez, establecer relaciones económicas con otras entidades o para cumplir con disposiciones legales.

En este sentido, las empresas para realizar la selección de inversiones que generen rentabilidad o se conviertan en una reserva del valor monetario invertido, hacen varias consideraciones sobre las alternativas posibles tanto a corto como a largo plazo, dependiendo del entorno en el cual se desenvuelven. Dichas inversiones pueden emanar de diversas fuentes, según la empresa involucrada. A continuación, se presentan las alternativas que pueden ser utilizadas para invertir:

Activos fijos: también son conocidos como activos reales, según Ortiz (2005) se tratan de inversiones en terrenos o activos requeridos para la producción, para incrementar capital de la empresa. Dichas inversiones representan importantes desembolsos de fondos, gastos de capital que realiza la empresa esperando que produzca beneficios durante un periodo mayor de un año.

Para Córdoba (2006) se denomina activos fijos a los bienes de larga duración adquiridos para las operaciones de la empresa, cuyo destino no es la venta. Son ejemplos de estos: los edificios, los muebles, equipos de oficina, medios de computación, medios de comunicación, medios de transporte, entre otros, quienes conservan su vida útil por un tiempo prolongado, generalmente más de un año, transfieren gradualmente su valor al producto o servicio prestado, conservando su forma física original según su naturaleza y ubicación en la esfera productiva e improductiva.

Por lo anterior, se deduce que los activos fijos son los bienes utilizados por una empresa continuamente en el curso normal de sus operaciones; dichos bienes deben ser físicamente tangibles, tener una vida útil relativamente larga, por lo menos mayor a un año y no ser consumidos dentro del año o ciclo operativo de la empresa. Adicionalmente, es importante resaltar, estos activos, exceptuando al terreno, se van deteriorando con el tiempo y el uso. Esta disminución de valor que van experimentando se debe reflejar contablemente anualmente.



Desarrollo: para Hill y Jones (2005) las inversiones en desarrollo se ocupan de emprender el diseño de nuevos productos, junto a sus procesos de producción. Este tipo de inversiones puede ayudar a aumentar la funcionalidad de los productos, haciéndolos más atractivos para los consumidores al aumentar el valor. Asimismo, puede resultar en procesos más eficientes de producción, con lo cual se reducen los costos de producción.

Los autores anteriormente mencionados agregan la creación de habilidades distintivas, dando lugar a nuevos productos, los cuales satisfagan mejor las necesidades del cliente, puede mejorar la calidad de los productos existentes o puede reducir los costos de elaborar productos deseados por los clientes. De esa manera, la capacidad de desarrollar productos o procesos innovadores le da a una empresa una ventaja competitiva fundamental permitiéndole diferenciar sus productos, cargando un precio mayor y reducir su estructura de costos por debajo de sus competidores.

Asimismo, Uzcátegui (2009) plantea que invertir en desarrollo es el proceso de poner a prueba todas las ideas que se formulan en la fase investigativa. Busca demostrar si un proyecto es factible o no; ayudando así, a hacerlo posible en la realidad, logrando así colocar a la empresa como pionera en la introducción de procesos productivos más eficientes.

De acuerdo a lo anterior, se establece que las inversiones en desarrollo comprenden la utilización de los conocimientos adquiridos en la investigación aplicada para la producción de materiales, dispositivos, procedimientos o servicios nuevos, en otras palabras, es descubrir, crear nuevos conocimientos tecnológicos con el fin de permitir el desarrollo de nuevos productos, procesos y servicios, mejorando la competitividad de la empresa.

Proyectos financieros: Para Sapag y Sapag (2008) un proyecto de inversión es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver, entre tantos, una necesidad humana. Cualquiera sea la idea a implementar, la inversión, la metodología o la tecnología por aplicar, ella conlleva necesariamente la búsqueda de proposiciones coherentes destinadas a resolver las necesidades de la persona humana. El proyecto surge como respuesta a una idea, buscando la solución de un problema, reemplazando la tecnología obsoleta, abandono de una línea de productos, entre otras circunstancias, para aprovechar una oportunidad de negocio. Esta por lo general, corresponde a la solución de un problema de terceros.

Por su parte, Córdoba (2006) concibe como proyecto a todo conjunto metodológicamente diseñado de actividades planificadas y relacionadas entre sí, utilizando recursos para obtener resultados concretos, con los cuales apuntan a alcanzar resultados definidos. A esta definición Hernández y Torres (2009) complementan que el proyecto implica el pensar una solución, donde posteriormente se exijan acciones individuales, institucionales u otras necesarias para lograr objetivos de desarrollo en un período establecido, en un área geográfica definida y para un grupo beneficiario.

En función a las definiciones anteriormente planteadas por los autores, el proyecto es una propuesta de inversión, implica la conjunción de factores, actores en la búsqueda de



una solución al planteamiento de un problema que debe ser resuelto. Es una idea materializada en el futuro, convirtiéndose en una unidad económica para producir bienes y servicios. Específicamente, un proyecto de inversión se describe como un plan al cual se le asignan determinados montos de capital, proporcionando insumos de varios tipos para producir un bien o servicio de utilidad para la sociedad en general.

Intangibles: según Córdoba (2007) son los activos usados en la operación de una empresa pero que no tienen sustancia física y no son corrientes. En otras palabras, son activos intangibles los recursos obtenidos por un ente económico que, careciendo de naturaleza material, dan un derecho oponible a terceros, el cual ofrece un beneficio en períodos posteriores.

Este tipo de activos, Brigham y Houston (2008) los definen como activos no físicos, entre los cuales se encuentran: las patentes, los derechos de autor, marcas registradas y plusvalías. Definición coincidente con los autores Garay y González (2009) quienes los definen como activos inmateriales, no existen en términos físicos pero tienen gran valor, entre los más conocidos están las marcas, las patentes, los conocimientos técnicos y los recursos humanos expertos.

En general, los activos intangibles son utilizados para producir beneficios parecidos a los generados por los bienes de uso o de renta, pero no pueden materializarse físicamente. Se emplean en las actividades principales de la organización, o para el inicio de un proyecto, pero no intervienen directamente en la producción. Asimismo, su capacidad de servicio no se agota ni se consume en el corto plazo, mientras se usan no se transforman en otros bienes, por lo cual están sujetas a amortización y se recuperan a largo plazo.

Acciones: Córdoba (2006) las define como títulos negociables de las participaciones de los socios en sus sociedades de capital. Existen diferentes clases, las ordinarias o comunes y las preferenciales o privilegiadas, referidas a dividendos, votos, entre otros elementos propios de cada tipo de acción. Para Garay y Llanos (2007), las acciones son instrumentos emitidos por las empresas a sus accionistas. Estos instrumentos otorgan una serie de derechos a sus tenedores, incluso el derecho a percibir dividendos. En el caso de Venezuela, las acciones de empresas inscritas en la Bolsa de Valores de Caracas pueden ser compradas y vendidas en esta, lo único necesario es abrir una cuenta en alguna casa de bolsa.

Por su parte, Gitman (2007) establece que una empresa puede obtener una propiedad, por medio de la adquisición de acciones comunes o preferentes. Todas las empresas emiten inicialmente acciones comunes para recaudar capital propio. Algunas de estas empresas emiten más adelante acciones comunes adicionales o acciones preferentes para recaudar más capital propio. Aunque las acciones comunes y preferentes son una forma de capital propio, las acciones preferentes tienen algunas similitudes con el capital de deuda, distinguiéndolas significativamente de las acciones comunes.



Los accionistas comunes se conocen en ocasiones como accionistas residuales porque reciben lo que queda, el residuo, después de haber satisfecho todos los demás derechos de los ingresos y activos de la empresa. Solo tienen la seguridad de algo: no pueden perder más de lo invertido en la empresa. Como consecuencia de esta posición esperan ser compensados con dividendos adecuados, ganancias de capital.

Los accionistas preferentes tienen la promesa de recibir un dividendo periódico fijo, establecido como un porcentaje o monto en unidades monetarias. La manera especificada del dividendo depende de si las acciones preferentes tienen un valor nominal, el cual, del mismo modo que las acciones comunes, es un valor relativamente inoperante establecido con propósitos legales. Asimismo, las acciones preferentes con valor nominal tienen un valor nominal establecido y su dividendo anual se especifica como un porcentaje de su valor. Las acciones preferentes sin valor nominal no tienen un valor nominal establecido, pero su dividendo anual se establece en unidades monetarias.

Según lo expuesto por el autor, la propiedad de acciones comunes garantiza la participación activa en la formulación de estrategias y políticas de aval en el crecimiento de las empresas, el ejercicio del control y la gerencia de las firmas, por cuanto el hecho de ser accionista proporciona derechos en la selección de los directores. Otro derecho fundamental para el poseedor de acciones comunes concierne a la prelación otorgada para adquirir títulos adicionales emitidos por la empresa.

Este derecho de prioridad también se aplica cuando ocurren emisiones en donde el valor atribuido a las nuevas acciones es inferior respecto al valor de mercado o de negociación de las acciones emitidas en el pasado, de modo que, al distribuir el capital contable entre el total de acciones se obtiene un valor promedio negativo para los propietarios existentes, pero positivo para los accionistas nuevos poseedores de títulos valorizados inmediatamente.

En resumen, las acciones indistintamente de la clasificación en donde el inversionista decida utilizar sus excedentes, representan una inversión en renta variable, pues no tiene un retorno fijo establecido por contrato, depende de los resultados obtenidos en la empresa de donde se adquirieron las acciones y en función a ello el beneficio que pueda generarse.

Bonos: Pascale (2009) señala que es un título cuyo emisor tiene la obligación de cancelar al poseedor el monto del principal y los intereses en los casos que estos existan. Puede ser emitido por organismos públicos o privados, estipula el pago periódico de un interés y la amortización del principal, generalmente, con vencimiento a más de un año. En ellos se especifica el monto a rembolsar en un determinado plazo, las amortizaciones totales o parciales, los intereses periódicos más otras obligaciones del emisor.

Para Van Horne (2003) el bono es un instrumento financiero que requiere el pago de una cantidad estipulada de dinero al inversionista, ya sea en una sola fecha en el futuro, a su vencimiento o en una serie de fechas futuras, inclusive un vencimiento final. Por su parte, Gitman (2007) los define como un instrumento de deuda a largo plazo, utilizado por las empresas y el gobierno para recaudar grandes sumas de dinero, generalmente de un



grupo disperso de prestamistas. Los bonos a su vez se pueden clasificar de acuerdo a la organización quien los emita, tal como se muestra a continuación:

a) Bonos emitidos por empresas privadas: afirma que estos bonos son títulos valores anunciados por organismos o empresas privadas y colocados en el mercado para su negociación con terceros.

b) Bonos del tesoro: de acuerdo a Hernández (2005) se definen como títulos valores que representan una deuda contraída por el estado o por una empresa a los cuales en el momento de la emisión se les definen características como valor, duración o vida del título, fecha de emisión, fecha de vencimiento, cupones para el cobro de los intereses y destino que se dará al dinero captado con ellos. Los bonos u obligaciones pueden ser emitidos por empresas privadas, por el gobierno o sus entes; cuya seguridad depende de las condiciones de la economía.

c) Bonos de la Deuda Pública Nacional (DPN): son títulos emitidos por el gobierno nacional bajo la modalidad de títulos al portador, siendo los cupones o intereses generados exonerados del impuesto. Mediante estos instrumentos el estado obtiene el capital necesario para financiar proyectos de inversión o para atender compromisos de deuda.

En general, un bono es un instrumento negociable, donde el emisor se compromete a devolver el capital principal junto con los intereses al inversionista en el momento de su vencimiento, cuando se invierte en un bono, la rentabilidad nominal equivale al pago de los intereses correspondientes establecidos por el emisor. Sin embargo, a pesar de ser un instrumento muy seguro, es recomendable evaluar la posibilidad del incumplimiento de dicho pago por parte del emisor.

Adicionalmente a la clasificación ya presentada, se encuentran las inversiones a corto plazo, donde Pascale (2009) señala que estas inversiones pueden ser convertidas en efectivo rápidamente, no obstante, son menos rápidas al equivalente de efectivo, en este caso, la gerencia trata de vender como un recurso de efectivo para satisfacer necesidades de las operaciones en curso; una inversión a corto plazo, incluye deudas, obligaciones de la organización, del gobierno y del mercado de capitales.

Generalmente las inversiones temporales consisten en documentos a corto plazo, como: certificados de depósitos, bonos, tesorería, documentos negociables, bonos, acciones, entre otros, adquiridos con efectivo, el cual no se necesita de inmediato para las operaciones. En este sentido, se definirá a continuación cada una de las alternativas de inversión a corto plazo:

Inventarios: Según Córdoba (2006) los inventarios son bienes constituidos por adquisición, en proceso de elaboración o terminados, bien sea para el consumo o para su comercialización. Para Van Horne (2003) los inventarios forman un enlace entre la producción y la venta de un producto. Una compañía manufacturera debe mantener cierta cantidad de inventario durante su producción, el cual es conocido como producción en proceso.



Sin embargo, agrega Van Horne (2003) otros tipos de inventarios como los de materia primas y artículos terminados proporcionan flexibilidad a la compañía. Sin el inventario de materias primas, la organización tendría que vivir comprando día a día las materias primas conforme las necesita en su programa de producción, a la inversa, ese inventario podría verse inflamado temporalmente cuando el departamento de comprar aprovecha los descuentos por volumen.

Con respecto al inventario de productos terminados, permita a la organización mayor flexibilidad en la programación de su producción y en su mercadotecnia. No es necesario que la producción esté sincronizada directamente con las ventas. Los grandes inventarios también permiten un servicio más flexible a las demandas del cliente. Si un producto está agotado temporalmente, se pueden perder ventas presentes y futuras. Por lo tanto, existe un incentivo para mantener grandes existencias de los tres inventarios.

En este sentido, plantea el autor antes citado, los inventarios deben incrementarse pues los ahorros resultantes exceden el costo total de la retención del inventario adicional. El equilibrio final alcanzado depende de los cálculos de los ahorros reales, el costo de llevar un inventario adicional y la eficiencia del control de inventarios. Es preciso para alcanzar dicho equilibrio la coordinación de las áreas de producción, mercadotecnia y finanzas de la empresa, estando de acuerdo con un objetivo general.

En general, de acuerdo a lo planteado por los autores, un inventario representa para la empresa la existencia de bienes para comerciar con ellos o para procesarlos en un período económico determinado. En otras palabras, son los valores necesarios para el normal desarrollo de la actividad productiva y comercial de la empresa. Por lo cual se compone de materias primas, productos en curso o productos terminados que esperan su venta o envío. Siendo los inventarios una alternativa de inversión, pues permite reducir costos de producción, aumentando la rentabilidad y la eficiencia en la empresa.

Cuentas por cobrar: Para Moyer, McGuigan y Kretlow (2008) las cuentas por cobrar consisten en el crédito de una empresa otorgado a sus clientes en la venta de bienes y servicios. Estas cuentas pueden tomar la forma de créditos comercial, el cual se refiere al crédito que la compañía extiende a otras empresas, o bien, de crédito al consumo, el cual se relaciona con el otorgado a los consumidores finales. La eficacia de las políticas de crédito puede ejercer un impacto significativo en su desempeño general.

Por su parte, Gitman (2007) se refiere a las cuentas por cobrar como una extensión de un crédito a sus clientes en cuenta abierta, a fin de mantener sus clientes habituales y atraer nuevos. Por lo cual, un buen manejo en la administración de las mismas, es importante, pues lleva a maximizar el valor de la empresa.

A modo de reflexión, las cuentas por cobrar forman parte de los activos circulantes de la empresa, son definidas como la extensión de un crédito a los clientes, para mantener los actuales y captar nuevos, representan un instrumento de inversión porque permite incrementar las ventas, produciendo una rotación más rápida en el inventario, disminuyendo los costos representativos del mantenimiento del mismo, aumentando las utilidades para la empresa.

Certificados de depósitos: Hernández (2005) los define como títulos de valor representativo de una suma de dinero que en él se indica. Son exigibles por su titular a un plazo acordado, incluyendo la suma de los intereses devengados. En este renglón se ubican los certificados a plazo fijo emitidos por las diferentes entidades financieras del país.

Por su parte, Moyer, McGuigan y Kretlow (2008) establecen que los bancos comerciales están autorizados para emitir certificados de depósito, los cuales dan derecho al titular de recibir el monto depositado más los intereses acumulados en una fecha específica. En el momento de su emisión, el vencimiento de estos instrumentos varía desde siete días a dieciocho meses o más. Una vez emitidos, se vuelven negociables, significando su posibilidad de compra y venta en mercados secundarios.

En este sentido, dado que los certificados de depósito son manejados por los agentes de valores gubernamentales, son instrumentos fácilmente negociables y apropiados para ser incluidos en la cartera de títulos negociables de una compañía. En general, sus rendimientos son superiores a los de emisiones de organismos federales con vencimiento similar.

En general, los certificados de depósitos son títulos valores que acredita la propiedad de mercancías o bienes propiedad de quien emite el título, es decir, son un instrumento de captación del sistema financiero, corresponden a una modalidad de inversión pues el cliente le entrega dinero a una entidad financiera por un plazo establecido que puede ser entre siete días a más de un año, donde al finalizar dicho período la entidad restituya el dinero junto con los intereses generados.

Aceptaciones: Para Pascale (2009) las aceptaciones son letras de cambio giradas por empresas situadas en el territorio nacional a su propia orden y aceptadas por instituciones bancarias con base en líneas de crédito previamente otorgadas al emisor. Complementan Brigman y Houston (2008) que una aceptación bancaria es un giro a plazo garantizado por un banco. Es un pagaré emitido por una empresa, surge de una transacción de negocios, pero un banco, al endosarlo, asume la obligación de pago en la fecha de vencimiento. Tales instrumentos se utilizan muy ampliamente, especialmente en el comercio exterior.

Al respecto, agrega Moyer, McGuigan y Kretlow (2008) las aceptaciones bancarias son instrumentos de deuda a corto plazo emitido por una compañía, como parte de una transacción comercial, cuyo pago está garantizado por un banco comercial. Estos se usan frecuentemente como instrumentos financieros en el comercio internacional, así como en el comercio interior. Representan inversiones relativamente seguras, pues tanto el banco como el deudor se hacen responsables del monto de referencia al vencimiento. Sus rendimientos son similares a los de los certificados de depósitos.

Estos instrumentos varían en cuanto a su monto, dependiendo de la magnitud de las transacciones comerciales. Se les puede negociar en el mercado secundario en caso de que un inversionista opte por no conservarlos hasta su vencimiento, el cual puede oscilar entre los 30 y los 180 días a partir de su emisión.



Por lo tanto, se puede inferir que las aceptaciones son letras de cambio emitidas por empresas, en favor de un banco, las cuales se cotizan en términos de tasas de descuento, a través de la Bolsa de Valores donde se realizan las operaciones de garantía, venta o descuento, según la preferencia del beneficiario.

Papel comercial: Para Van Horne (2003) consiste en pagarés no asegurados de corto plazo emitidos por compañías financieras y algunas empresas industriales. Se puede vender un papel comercial ya sea directamente, o por conducto de agentes, las tasas sobre el papel comercial son altas. Suelen venderse con descuento, su vencimiento va generalmente de 30 a 270 días.

Agrega Moyer y otros (2008) que el papel comercial consiste en pagarés a corto plazo sin garantía, emitidos por grandes compañías, es adquirido en la mayoría de los casos por empresas con fondos excedentes, bancos, compañías de seguro, fondos de pensiones, fondos de inversión del mercado de dinero, entre otros tipos de instituciones. El vencimiento del papel comercial en el momento de su emisión va desde unos cuantos días hasta un máximo de nueve meses.

En general se puede decir que los pagarés son instrumentos de inversión emitidos a corto plazo, normalmente entre 15 y 270 días, por sociedades anónimas previamente autorizadas por la Comisión Nacional de Valores, desde el momento de su inscripción al mercado de valores se le garantiza adecuada liquidez, pudiendo ser negociados en el mercado secundario, cuando el inversionista lo estime conveniente, sin afectar el flujo de caja del emisor, este solo pagará el importe del principal al momento de su vencimiento.

LAS EMPRESAS: DEMANDANTES DE INVERSIÓN PARA SU CRECIMIENTO Y SUSTENTABILIDAD

En el transcurrir de los años las empresas para obtener resultados han necesitado realizar inversiones en activos bien sea materiales o inmateriales. Todos estos activos se financian con recursos tanto propios como ajenos, representando estos últimos el pasivo de la empresa, el cual tiene su coste financiero y de oportunidad.

Por lo tanto, la importancia de las decisiones de inversión se deriva de su carácter estratégico, condicionando a la empresa en el largo plazo, pues compromete el futuro de la misma al ser requeridas cantidades muy importantes de recursos financieros disponibles por la empresa en el presente. En este sentido, la rentabilidad obtenida de los instrumentos seleccionados para invertir, tiene que ser superior al coste del pasivo, por necesidades de supervivencia de la empresa. Sin embargo, la realidad hoy en día pone de manifiesto otras alternativas, las cuales permiten esa diversificación en sus activos, cubriéndose así de los efectos inflacionarios y de riesgo.

De acuerdo a lo anterior, las demandas que actualmente caracterizan al sector empresarial, implican un elevado grado de diversidad, adoptando nuevos conocimientos, cambios tecnológicos, personal más calificado, esto último, originado por la elevación en el nivel cultural de la población, consecuencia de mayores tasas de escolarización producidas, haciendo cambiar los patrones de conducta de los trabajadores.



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: UNA ALTERNATIVA DE INVERSIÓN PARA LAS EMPRESAS

Durante los últimos años se ha incrementado el número de empresas que desean asumir plenamente su responsabilidad social, la necesidad de ser percibidas como socialmente responsables es una gran oportunidad para concretar asociaciones y alianzas en beneficio de toda la comunidad, donde estas colaboren en pro de su sustentabilidad a largo plazo. Dichas prácticas se han llevado a cabo confiriendo prioridad a proyectos de salud, educación, entre otros. Sin embargo, la responsabilidad social forma parte de la agenda pública en Venezuela y la región, debatiéndose en los distintos espacios como elemento clave del desarrollo sostenible.

Es así como entra en vigencia la inversión socialmente responsable donde se combinan los objetivos financieros de los inversionistas con su compromiso hacia las necesidades de la sociedad y el medio ambiente. En otras palabras, tal como lo establece la Organización Mundial del Comercio, se trata de la aplicación de los valores de las personas a sus inversiones, incluyendo tanto las que privilegian el retorno como aquellas que ponen el énfasis en preocupaciones éticas, morales, sociales y ambientales.

Por lo tanto, hoy en día la responsabilidad social no tiene que ser vista como un requisito, ni como una forma de realizar trabajos sociales, es una iniciativa social de negocio, de suma importancia para el crecimiento de las empresas, debido a que cuando dichas iniciativas sociales se diseñan y ejecutan en forma programada y estratégica entregan un valor agregado tanto para la comunidad como para la misma empresa.

En otras palabras, las empresas cuando cumplen con su responsabilidad social están conscientes de la importancia que ejerce el mercado de consumidores del que dependen, por lo cual, se aprovechan de los beneficios que dicho cumplimiento genera, manteniéndose así en el mercado y seguir produciendo ganancias para la misma. Asimismo, estas ganancias podrán ser reinvertidas para el crecimiento de la empresa, expansión hacia nuevos mercados, entre otros tipos de inversiones que también pueden utilizar para su mayor sostenibilidad.

A modo de reflexión, tal como ya se ha dicho, cuando las empresas llevan a cabo sus acciones de responsabilidad social, pueden obtener beneficios en su imagen pública, aumenta la diferenciación de sus productos y servicios, minimiza el seguimiento fiscal por parte del Estado, entre otros, como el acceso a nuevas fuentes de fondos, por tanto, se puede decir, el incorporar dichas acciones representa una inversión para la permanencia en el futuro de las empresas.

REFLEXIONES FINALES

De acuerdo a lo establecido anteriormente, se puede decir que la responsabilidad social son actividades realizadas por las empresas u organizaciones para contribuir al desarrollo humano sostenible, mediante la confianza generada entre sus directivos, empleados, familiares, trabajando en pro de mejorar la calidad de vida de la sociedad en



general, medio ambiente; creando a su vez para la empresa, legitimidad y posicionamiento en el mercado.

En otras palabras, cuando las empresas cumplen sus obligaciones en materia de responsabilidad social, obtienen beneficios en su imagen pública, su reputación, ganando clientes, además a nivel legal, reduce la presión fiscal; en el ámbito financiero, facilita el acceso a nuevas fuentes de fondos, entre otros, por todo lo anterior, se asevera que la responsabilidad social es una inversión y no una obligación empresarial.

En general, cabe destacar que la responsabilidad social al generar legitimidad, aumentando la captación de clientes como fue mencionado anteriormente, lleva a un incremento en las ventas, por lo cual, la empresa requiere la adquisición de bienes tanto materiales como inmateriales, para cumplir con dichas demandas y mantener la posición competitiva en el mercado,

Es aquí donde resulta importante conocer las diferentes alternativas de inversión disponibles, a fin de optimizar el uso de recursos financieros, generando los niveles aceptables de rentabilidad, minimizando costos, riesgos, garantizando calidad en sus productos, niveles deseables de productividad, aplicando tecnologías innovadoras que no perjudiquen el medio ambiente y haciendo participe a la comunidad en las decisiones que se tomen.

En conclusión, al hablar de responsabilidad social hoy en día automáticamente se habla de inversión, pues van de la mano, donde al conocer muy bien los beneficios de la misma se hace posible una integración entre empresas, comunidad y Estado, convirtiendo así las necesidades del entorno en oportunidades de inversión, pues, para ejecutar las actividades de responsabilidad social, muchas veces, se requiere invertir en nuevos equipos, insumos, capital de trabajo, entre otros elementos importantes en el desarrollo de los proyectos sociales, donde los beneficios de dichos proyectos serán la mejoría en la calidad de vida de la sociedad, minimizando problemas sociales, contando con el aval del Estado, ganado legitimidad, reconocimiento dentro del mercado, garantizando así la sostenibilidad de las empresas y crecimiento a largo plazo, lo cual, es el fin de toda inversión a nivel empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Añez, S. Hernández, R. Silvestri, K. y Gómez, O. (2008). Análisis de los elementos que conforman la responsabilidad social corporativa. Revista Formación Gerencial. Volumen 7, número 2, (Pp 173-185).
- Bodie, Z. Kane, A. y Marcus, A. (2004). Principios de Inversiones. España. Editorial Mcgraw Hill.
- Brighman, E. y Houston, J. (2008). Fundamentos de administración financiera. México. Editorial Thompson.



- Carneiro, M. (2004). La Responsabilidad Social Corporativa Interna: La nueva frontera de los recursos humanos. España. Editorial ESIC.
- Córdoba, M. (2006). Formulación y Evaluación de Proyectos. Venezuela. Editorial Texto C.A.
- Gaete, R. (2008). Aplicaciones de la Responsabilidad Social a la Nueva Gestión Pública. Documentos y aportes en administración pública y gestión estatal. Volumen 2, número 11, (Pp 35-61).
- Garay, U. y González, M. (2009). Fundamentos de Finanzas. Venezuela. Ediciones IESA.
- Garay, U. y Llanos, J. (2007). Invertir a Largo Plazo. Venezuela. Ediciones IESA.
- Gitman, L. (2007). Principios de Administración Financiera. México. Editorial Pearson Educación.
- Hernández, D. y Torres, F. (2009). Elaboración de Estudios de Mercado en la Formulación de Proyectos. Venezuela. Editorial de la Universidad del Zulia.
- Hernández, J. (2005). Las Estrategias de Inversión. Venezuela. Universidad Yacambú.
- Hill, C. y Jones, G. (2005). Administración Estratégica. Un enfoque integrado. Venezuela. Editorial McGraw Hill.
- Jiménez, J. Pérez, C. y De la Torre, A. (2003). Gestión Financiera de la Empresa. España. Ediciones Pirámide.
- León, F. (2008). La Percepción de la Responsabilidad Social Empresarial por parte del Consumidor. Revista Visión Gerencial. Volumen 7, número 1, (Pp 83-95).
- Macías, H. (2011). Innovación y Responsabilidad Social: Una reflexión sobre los puntos de encuentro. Revista Universidad & Empresa. Volumen 13, número 21, (Pp 13-35).
- Midttun, A y Granda, G. (2007). Innovación y Responsabilidad Social Empresarial. España. Grupo Editorial Cinca.
- Moyer, R. McGuigan, J. y Kretlow, W. (2008). Contemporary Financial Management. United States. Business School Edition.
- Murilo, J. Garcés, C. y Rivera, P. (2004). Estrategia Empresarial y Medio Ambiente: opinión de expertos. Universia Business Review-actualidad económica. Volumen 1, número 4, (Pp 52-63).
- Ortíz, A. (2005). Gerencia Financiera y Diagnóstico Estratégico. Colombia. Editorial McGraw Hill.
- Pascale, R. (2009). Decisiones Financieras. Argentina. Editorial Pearson Educación.



- Reyno, M. (2008). Responsabilidad Social Empresarial como Ventaja Competitiva. Documento en línea. Disponible en: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/#indice> . Consulta: 04/10/2012.
- Rodriguez, J. y Abreu, J. (2009). Legislación de la Responsabilidad Social Empresarial. International Journal of Good Conscience. Volumen 4, número 2, (Pp188-228).
- Sapag, N. y Sapag, R. (2008). Preparación y Evaluación de Proyectos. México. Editorial McGraw Hill.
- Urdaneta, M. (2008). La Responsabilidad Social en la Industria Farmacéutica del Estado Zulia. Revista Venezolana de Gerencia. Volumen 13, número 14, (Pp 51-74).
- Uzcátegui, J. (2009). Beneficios Empresariales de Invertir en Proyectos de Investigación y Desarrollo. Documento en línea. Disponible en: http://www.danaconnect.com/wiki/index.php/Beneficios_empresariales_de_invertir_en_proyectos_de_investigaci%C3%B3n_y_desarrollo. Consulta: 18/10/2012.
- Van Horne, J. (2003). Fundamentos de Administración Financiera. Pearson Educación. México.
- Vega, R. (2005). ¿Qué es la Responsabilidad social Corporativa? Documento en línea. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos24/responsabilidad-social-corporativa/responsabilidad-social-corporativa.shtml>. Consulta: 09/05/2013.
- Vives, A. (2007). El Argumento Empresarial de la RSE: 9 casos de América Latina y el Caribe. Estados Unidos. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Volpentesta, R. (2009). Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial. Argentina. Editorial. Osmar D. Buyatti.
- Yepes, G. Peña, W. y Sánchez, L. (2007). Responsabilidad Social Empresarial. Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. Colombia. Universidad de Externado.