

La responsabilidad social: nuevo enfoque gerencial en las empresas mixtas del sector petrolero del estado Zulia, Venezuela*

Urdaneta, Mary**
Chirinos, Alira**
Perozo, Graciela***
Urdaneta, Ruperto****

Resumen

El artículo analiza la responsabilidad social como nuevo enfoque gerencial en las empresas mixtas del sector petrolero del estado Zulia – Venezuela. El diseño de la investigación fue no experimental, de tipo descriptiva-analítica; se utilizaron como técnicas de recolección de información, la observación, revisión documental y la entrevista estructurada a través de un cuestionario. Los resultados de la investigación evidencian que las empresas del sector manejan un nuevo modelo gerencial con orientación social, encaminado a potenciar la responsabilidad social en las áreas de su influencia, integrándola a su estrategia empresarial. Sin embargo, carecen de mecanismos que permitan su adecuada administración, por lo que se recomienda se diseñen los instrumentos de gestión que permitirán la elaboración de informes de responsabilidad social que incluyan memorias de sustentabilidad.

Palabras clave: Responsabilidad social, empresas mixtas, *stakeholders*, sector petrolero.

* Este artículo corresponde al Proyecto de Investigación Gestión de la Responsabilidad Social en el sector Petrolero del Estado Zulia financiado por el CONDES.

** Lic. en Contaduría Pública, Mgs. en Gerencia de Empresas. Docente-Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de LUZ. E-mail: maryudta@gmail.com, alirachirinos@gmail.com.

*** Economista, Mgs. en Gerencia de Empresas, Dra. en Ciencias Gerenciales. Docente- Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de LUZ. E-mail: grajimenez@cantv.net.

**** Economista. Maestrante del Programa de Gerencia de Empresas. Auxiliar de Investigación. E-mail: Rupertourdaneta@gmail.com.

Social Responsibility: A New Managerial Approach in Mixed Companies of the Petroleum Sector in the State of Zulia, Venezuela

Abstract

This work analyzes social responsibility as a new managerial approach in mixed companies of the petroleum sector in the State of Zulia, Venezuela. The research design was non-experimental, analytical-descriptive; observation, documentary review and the interview structured through a questionnaire were used as information collecting techniques. Research results demonstrate that companies in the sector handle a new managerial model with a social orientation, directed toward promoting social responsibility in their areas of influence, integrating it into their managerial strategy. Nevertheless, the companies lack mechanisms for their appropriate administration; therefore, it is recommended that management instruments be designed to permit the elaboration of social responsibility reports that include memorandums of sustainability.

Keywords: Social responsibility, mixed companies, stakeholders, the petroleum sector.

Introducción

En la actualidad en Venezuela, existen profundas transformaciones económicas, políticas y sociales que requieren ser ejecutadas con los más altos valores éticos y morales, y además que las empresas se aboquen al estudio de las decisiones y cómo éstas afectan a los grupos involucrados en la relación empresarial; aspectos que muchas veces suelen obviarse sin considerar que estas decisiones tienen una importancia clave sobre el valor de la empresa.

Ha existido una corriente de pensamiento que ha venido considerando que los objetivos sociales y económicos son incompatibles; es obvio que los programas de responsabilidad social empresarial en el corto plazo pueden generar disminuciones de rentabilidad, dado la inversión en distintos proyectos de mejoramiento comunitario; pero el alargamiento de la visión empresarial, permite a los entes corporativos sanos y sólidos, abandonar el cortoplacismo, para pensar en el

mediano y el largo plazo. Y es allí, en el futuro mediano, cuando los “costos” en responsabilidad social se transforman en verdaderas “inversiones”. Por ello, independientemente de su naturaleza optativa, cada día, ser responsable se hace más imprescindible para asegurar la perdurabilidad de la empresa.

Uno de los sectores donde en la actualidad se refleja un mayor compromiso social por parte del Estado venezolano es la industria petrolera. La empresa petrolera venezolana entre los años 2002 y 2003 se vio bajo una fuerte reestructuración, ocasionada en buena medida por la situación política enfrentada por Venezuela durante esos años. Durante el mes de Diciembre del año 2002 parte de los trabajadores de la industria petrolera venezolana (PDVSA) acataron un paro general indefinido de empresas, esto condujo a que la producción del crudo, así como las actividades de refinación (producción de gasolinas y derivados) cayeran en aproximadamente entre un 90 y un 95 %. Una vez superado el conflicto petrolero durante los años 2004 y 2005 se produ-

ieron otros cambios en la industria, orientando la empresa petrolera como impulsora de programas sociales y educativos para Venezuela, a su vez que apoya las actividades que desarrolla el gobierno venezolano hacia la mejora de las condiciones de vida de la población.

Ya en el año 2005 se anunció como una nueva estrategia del Estado, la migración de las transnacionales petroleras, donde el Estado venezolano con todos sus recursos en conjunto con dichas transnacionales pasan a ser empresas mixtas, transformándose Venezuela en la operadora. En este sentido, el Estado venezolano firmó con 17 empresas petroleras nacionales e internacionales la migración a empresas mixtas de los antiguos convenios operativos firmados en el marco de la apertura petrolera.

La figura de las empresas mixtas se fundamenta en el Artículo 12 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, el cual establece que “los yacimientos de hidrocarburos, cualquiera que sea su naturaleza, existentes en el territorio nacional, bajo el lecho del mar territorial, en la zona económica exclusiva y en la plataforma continental, pertenecen a la República, son bienes del dominio público y por lo tanto, inalienables e imprescriptibles”. Esto significa que no se podrá transferir la propiedad de los yacimientos petroleros.

Además, las empresas mixtas responden a lo señalado en el Artículo 22 de la Ley Orgánica de Hidrocarburos en el que se señala que las actividades de exploración y producción de petróleo y gas serán realizadas directamente por el Ejecutivo o por empresas de su exclusiva propiedad o por “empresas donde tenga el control de sus decisiones, por mantener una participación mayor de 50% del capital social” (PDVSA, 2008).

Con el nuevo paso de convenios operativos a empresas mixtas, el Estado venezolano ha potenciado la preocupación por los aspectos sociales, es así como las empresas mixtas son consideradas empresas con orientación social y con ellas se establece el control del Estado sobre el negocio petrolero.

Estos planteamientos motivan el interés para abordar la responsabilidad social como nuevo enfoque gerencial en las empresas objeto de estudio; adicionalmente, la relevancia que cobra el aspecto social en las empresas mixtas hace necesario el estudio de la responsabilidad social como nuevo enfoque gerencial, ya que estas empresas tienen una gerencia enfocada a la inversión social la cual ha adquirido gran importancia y pasa a ser una de sus principales políticas.

En tal sentido, esta investigación analizó la responsabilidad social como nuevo enfoque gerencial en la industria petrolera venezolana, específicamente se estudiaron las empresas mixtas del sector petrolero, y cómo éstas han abordado la responsabilidad social. Estuvo delimitado geográficamente al Estado Zulia, ya que este es el primer estado productor de petróleo de Venezuela, tomando como centro de investigación las empresas mixtas dedicadas a la explotación petrolera.

1. La responsabilidad social

El tema de la responsabilidad social atrajo poca atención en los años 60. Sin embargo, el movimiento activista de ese tiempo comenzó a examinar el singular objetivo de las empresas de negocios. Preocupándose por la discriminación a las mujeres y a las minorías y no existía legislación que regulara algunas de las actividades industriales que resultaban contaminantes para el ambiente (Urdaneta, 2008).

No obstante, en los años setenta Friedman (1970) apuntaba “La responsabilidad social de la empresa es incrementar su beneficio”; básicamente, Friedman consideraba que la responsabilidad social de la empresa era incrementar el beneficio, atendiendo a la ley y la costumbre ética. Este enfoque netamente financiero, pone el acento en los accionistas y considera que los directivos deben actuar como agentes defendiendo exclusivamente los intereses de los accionistas de la empresa. En un primer momento se asumió este criterio, sin embargo, las nuevas realidades económicas, políticas y sociales han conducido a una definición más amplia de que se entiende por responsabilidad social.

Es así, como surge una postura contraria que sostiene que ser socialmente responsable no tiene porqué ser incompatible con la creación de valor; ya que la responsabilidad social es la preocupación de los negocios, por el bienestar de la sociedad en su conjunto. Supone un conjunto de obligaciones que están más allá de las establecidas por la ley. En esta definición conviene destacar dos puntos en particular: en primer lugar que la responsabilidad social es voluntaria. Las acciones benéficas impuestas por la ley no son voluntarias. En segundo lugar que las obligaciones de la responsabilidad social son muy amplias, rebasan el solo marco de los accionistas de una empresa, pues tiene que ver también con los trabajadores, proveedores, consumidores y comunidades por supuesto sin cuestionar la primacía de los intereses de los propietarios.

La responsabilidad social es percibida de forma diferente entre industrias y de una empresa a otra, ya que no hay una norma específica a seguir; los directivos y gerentes piensan en forma diferente cuando se trata de conductas socialmente responsable. Algunos consideran la responsabilidad social como

una obligación, mientras que otros la perciben como una situación reactiva, e incluso a quienes consideran que la posición más apropiada con respecto a la responsabilidad social debe ser una conducta proactiva (Ivancevich *et al.*, 1997).

En tal sentido, se muestra como un concepto complejo que incluye diversos componentes: ética empresarial, calidad de vida laboral, medio ambiente, compromiso con la comunidad, marketing responsable, entre otros; que comprende las prácticas de una empresa respecto a los grupos de interés, es decir, aquellos grupos sociales e individuos afectados de una u otra forma por la existencia y acción de la empresa, con interés legítimos, directos o indirectos por la marcha de ésta, e influyente en la consecución de sus objetivos y su supervivencia.

2. Los grupos implicados en la actividad empresarial: los stakeholders

Una característica fundamental de las organizaciones empresariales preocupadas por la responsabilidad social es su gran interrelación con otras instituciones y con diversos integrantes de la sociedad donde desarrollan sus actividades (Volpentesta, 2009). Estos grupos involucrados con la actividad empresarial tienen un especial interés en el resultado de determinadas áreas de la empresa y en la manera en que ésta utiliza sus recursos; los mismos pueden ser parte del entorno externo e interno de una organización. La consideración por parte de las empresas de estos grupos de interés también ha permitido avanzar en la noción de la responsabilidad social, concretando los grupos que están afectados por la actividad empresarial y con los cuales se relaciona de algún modo.

Al respecto Guedez (2006) señala que los grupos de interés, son todas aquellas personas o grupos que son impactados por acciones de la empresa o que impactan a la empresa como resultado de sus decisiones. Se refiere a los relacionados, implicados, actores clave, dolientes o como se llaman en inglés los *stakeholders*.

En efecto estos grupos afectados por la acción empresarial han sido denominados los *stakeholders*, para contraponerlo a los *stockholders*. Estos últimos son los propietarios del capital, aquéllos ante quienes únicamente los directivos deberían sentirse responsables según el enfoque de Friedman. El cambio de los *stockholders* a los *stakeholders* supone ampliar los grupos ante los cuales la empresa es responsable. Todo esto ha representado una evolución de la responsabilidad social empresarial ampliando su campo de acción hacia aquéllos que están implicados con la empresa, es decir, aquellos que pueden afectar o verse afectados por la búsqueda de los objetivos empresariales.

Esta consideración no excluye la responsabilidad que la empresa tiene con sus propietarios; la obtención de beneficios es además, un indicador de buena salud económica, indica que la empresa es económicamente viable y por tanto puede hacer frente a sus compromisos no sólo con los accionistas, sino también con los grupos de interés.

Una vez reconocida la responsabilidad que se tiene con los accionistas, es necesario identificar los *stakeholders* relevantes para la organización y desarrollar canales de comunicación. Se hace necesario enumerar a todos aquellos grupos que merecen la consideración de *stakeholders*, Camacho (2002) reconoce: a los trabajadores, consumidores, competidores, administración pública, entorno geográfico, humano y medio ambiente.

Por otra parte, Cortina (1996) coincide con el autor en los mismos grupos de interés, diferenciando los grupos en virtud de su carácter interno y externo, distinguiendo en cada caso sus intereses, a los cuales denomina dimensiones de la voluntad empresarial. Entre el grupo interno destaca: socios y accionistas; directivos y trabajadores; y en el grupo externo reconoce: clientes, proveedores, competidores, comunidades, dentro de este último incluye el entorno, el Estado y la sociedad en general.

La riqueza de instituciones que proporciona el enfoque *stakeholders* lleva a un modelo de empresa de base ampliada y abre la puerta a una reflexión seria sobre los aspectos éticos que deben guiar la gestión empresarial.

Partiendo de la anterior concepción de empresa se analizó la gestión de responsabilidad social considerando los lineamientos estratégicos y la relación de las empresas del sector con sus *stakeholders* tanto internos como externos.

3. Aspectos metodológicos

El objetivo de esta investigación fue el estudio de la gestión de responsabilidad social en las empresas del sector petrolero del estado Zulia como nuevo enfoque gerencial. El tipo de investigación que se utilizó fue descriptiva analítica y en atención al método la investigación se orientó hacia el diseño de campo, de acuerdo con Hernández *et al.* (2003) y Méndez (2001). La población quedó constituida por las empresas del sector petrolero del estado Zulia que migraron a empresas mixtas y que se dedican a la explotación petrolera; y estuvo conformada por once (11) empresas.

A fin de recopilar la información relativa al trabajo de investigación se utilizó la técnica de observación, la revisión documental y

la entrevista estructurada tipo cuestionario dirigido a la gerencia de desarrollo social o sustentable, contentivo de 30 ítems de preguntas dicotómicas y en escala tipo Likert. El procesamiento de los datos se hizo utilizando la estadística descriptiva, dedicada a detallar y analizar grupos de datos, estos fueron representados en forma de frecuencias (Fr) y porcentajes (%), obteniendo tablas y gráficos de interés para el estudio.

4. Lineamientos estratégicos de responsabilidad social en las empresas mixtas del sector petrolero del estado Zulia

Las empresas mixtas del sector petrolero actúan bajo los lineamientos trazados en el Plan de Desarrollo Nacional y de acuerdo a las políticas, directrices, planes y estrategias para el sector de los hidrocarburos, dictadas por el Ministerio del Poder Popular para la Energía y Petróleo. Todas las políticas y objetivos que en materia social han establecido las empresas atienden a los planes estratégicos del Estado Venezolano, orientados hacia la construcción de una nueva sociedad, con mayor conciencia social y se consideran como áreas prioritarias la educación y la salud en las comunidades. En este sentido, se identificaron en las empresas analizadas las políticas y objetivos sociales que se muestran en el Cuadro 1, los cuales se agruparon en función de las áreas que éstos atienden.

En relación con los lineamientos estratégicos, respecto a la estructura organizativa, es importante destacar que las empresas del sector tienen una gerencia de desarrollo social, que garantiza el cumplimiento de los planes de acción en materia social. También, debido a la naturaleza del negocio petrolero las

empresas tienen una gerencia de seguridad, higiene, ambiente y salud ocupacional, encargada de la gestión ambiental y la seguridad industrial de la empresa.

Otro aspecto que se considera al momento de evaluar la responsabilidad social, está referido al cumplimiento de la legislación que afecta a la actividad empresarial y a los distintos grupos involucrados. Sin olvidar que la responsabilidad social va más allá del cumplimiento de las leyes, y que su característica principal es el hecho de que la responsabilidad social debe ser voluntaria, no obstante, el cumplimiento de las leyes, puede considerarse como el primer paso para una empresa que pretenda ser socialmente responsable. En este sentido, en cuanto al cumplimiento de la normativa legal, éste se abordó en dos dimensiones: la normativa legal obligatoria y la normativa de adhesión voluntaria. En Venezuela no existe una normativa específica de responsabilidad social que regule las actividades económicas, salvo las actividades que realizan en los medios de comunicación que están reguladas por la Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión, que no aplica para las empresas del sector.

Sin embargo, las leyes venezolanas desde la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela incluyen varios artículos donde se destaca la responsabilidad social, entre los que se encuentra el Artículo 29 de la Constitución que expresa: “El régimen socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela se fundamenta en los principios de justicia social, democratización, eficiencia, libre competencia, protección del ambiente, productividad y solidaridad, a los fines de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad. El Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armóni-

Cuadro 1. Políticas y objetivos sociales de las empresas mixtas

Área	Políticas	Objetivos
Educación	Educación de calidad para todos	Garantizar el acceso y permanencia al sistema educativo de las comunidades en las áreas de influencia Contribuir a la articulación del sistema educativo y el sistema de producción de bienes y servicios Promover el desarrollo de obras que mejoren la estructura física de los planteles Contribuir a la erradicación del analfabetismo
Salud	Salud y calidad de vida para todos	Garantizar la salud a sus empleados y familiares Apoyar obras de salud pública privilegiando la mejora de la calidad de vidas de las comunidades en las áreas de influencia
Seguridad Social	Seguridad social universal	Proteger contra accidentes y enfermedades laborales a los trabajadores. Apoyar en la consolidación del sistema nacional de viviendas, con el programa sustitución de rancho por viviendas Cumplir con toda la legislación en materia de seguridad social Contribuir en la mejora de los servicios de agua potable y saneamiento.
Ambiente	Conservación del ambiente y los recursos naturales	Promover programas de saneamiento ambiental y control de la contaminación Promover programas de reciclado Promover la participación de los empleados en los programas de saneamiento ambiental
Cultura y Deporte	Universalizar la cultura y el deporte	Promover el desarrollo cultural en la organización Apoyar a las comunidades en las actividades culturales Promover las actividades deportivas en la organización Desarrollar espacios culturales en las comunidades Promover dentro de los proveedores el apoyo a proyectos para mejorar las instalaciones deportivas en las comunidades
Comunidad	Fortalecimiento de los vínculos con las comunidades en las áreas de influencia	Incentivar el desarrollo de redes sociales Promover la formación académica de los consejos comunales Estimular la contraloría social

Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas (2009).

co de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía económica del país, garantizado la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad de crecimiento de la economía, para ga-

rantizar una justa distribución de la riqueza, mediante una planificación estratégica democrática, participativa y de consulta abierta”; este artículo regula el compromiso social de las empresas y el origen de la responsabilidad social empresarial en Venezuela.

Entonces, en cuanto a la normativa legal obligatoria, las empresas del sector manifestaron cumplir las siguientes leyes: Constitución de la República Bolivariana de Venezuela; Ley Orgánica de Hidrocarburos; Ley Orgánica del trabajo y sus leyes complementarias; Ley Orgánica de Ambiente y sus leyes complementarias; y Ley de Contrataciones Públicas; entre otras.

En relación a la normativa de adhesión voluntaria se les preguntó a las empresas si conocían la norma, si la implementaban o si tenían la intención de hacerlo. En tal sentido, destaca la norma internacional para la administración del ambiente ISO 14000, la cual conocen, pero hasta el momento no todas las empresas la han implementado, sin embargo, manifestaron tener la intención de hacerlo.

Existen otras regulaciones de adhesión voluntaria que no son consideradas por las empresas del sector, que revisten una gran importancia, ya que los socios de estas empresas son firmas transnacionales que se rigen por la normativa internacional, y tienen operaciones en distintos países a nivel mundial, entre estas normas se encuentra: Pacto Mundial de Naciones Unidas; Global Reporting Initiative (GRI); Libro Verde la Comunidad Económica Europea; La directrices para empresas multinacionales de la OCDE; y Accountability 1000 (AA 1000), entre otras.

Otro elemento vital en la gestión de la responsabilidad social es la transparencia informativa, y estas iniciativas constituyen una guía, para la divulgación de esa gestión y un medio que le permita a los *stakeholders* juzgar el impacto real que han tenido las políticas y sistemas de gestión social efectivamente implantada por las empresas.

En este orden de ideas, se indagó en las empresas sobre los mecanismos que se utilizan para informar sobre la labor social y los

instrumentos más utilizados son el balance social y el informe de gestión. Es importante resaltar que las empresas no informan individualmente sobre la labor social, los informes se presentan ante el Ministerio del Poder Popular para la Energía y Petróleo, y éste es el ente autorizado para consolidar la información e informar sobre los resultados obtenidos.

La responsabilidad social constituye un elemento condicionante, y también podría decirse que integrante, de la estrategia empresarial, tanto a nivel estratégico como a nivel táctico (Fernández, 2005). Las empresas del sector muestran importantes evidencias de haber integrado la responsabilidad social en la estrategia empresarial, pero es necesario examinar la actuación de la empresa frente a sus diversos *stakeholders*; y cuáles son los elementos que a nivel operativo evidencian prácticas de responsabilidad social, por tanto se examinaron los elementos de responsabilidad social presentes en la relación de las empresas con los distintos grupos en la actividad empresarial.

5. Elementos de responsabilidad social presentes en las empresas mixtas del sector petrolero

En este segmento se describen los elementos de responsabilidad social identificados por las empresas mixtas del sector en su actuación con los grupos de interés interno y externo.

Dentro de los grupos de interés interno se identificaron los empleados y accionistas. Al analizar el compromiso de las empresas ante sus trabajadores, resulta alentador observar (Figura 1) que en las empresas del sector existe un verdadero compromiso con los trabajadores, garantizando igual trato y oportu-

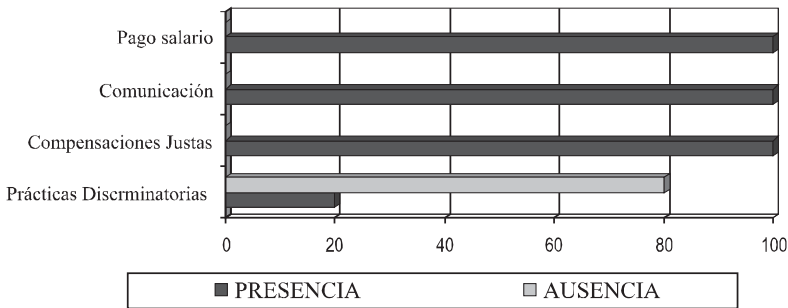
nidad a sus empleados, proporcionando compensaciones justas, que mejoren la calidad de vida de sus empleados. Las empresas encuestadas mantienen una comunicación con sus empleados y comparten con ellos información dentro de los límites legales y de los condicionamientos de la competencia.

También en la relación de las empresas con sus empleados se evidencian prácticas de responsabilidad social (Figura 2), sin embargo, un grupo importante de empresas manifestaron que sus trabajadores tienen menos de un año de antigüedad, lo que es poco común en

este sector, no obstante, esta situación puede ser consecuencia de la reciente conversión a empresas mixtas y esto ha dado lugar a la reestructuración de la plantilla de trabajadores dentro de la industria, con la incorporación de nuevo personal en representación del Estado como socio mayoritario de estas empresas.

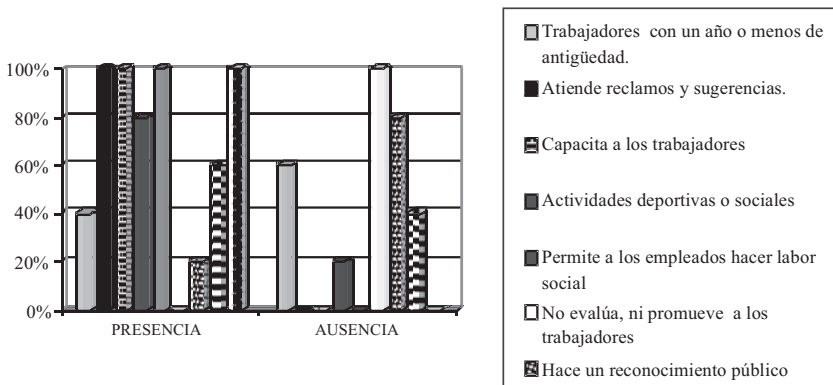
En los aspectos relacionados con la educación, capacitación y salubridad, las empresas capacitan y están dispuestas a capacitar a sus trabajadores en las áreas de su interés y en el manejo de nuevos equipos y técnicas productivas. Lo que demuestra el interés de

Figura 1. Compromiso con los trabajadores



Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas (2009).

Figura 2. Elementos de responsabilidad social. Empleados



Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas (2009).

las empresas por mantener en sus instalaciones personal altamente capacitado y con un alto sentido de pertenecía. En cuanto al tema de salubridad y seguridad en el lugar de trabajo, los trabajadores están debidamente instruidos y concientizados sobre la seguridad y salubridad en el lugar de trabajo. Además, son protegidos contra accidentes y enfermedades laborales.

Al estudiar los temas de motivación y participación en la organización, se buscó identificar aquellas políticas y actividades realizadas que produjeran una mayor satisfacción del trabajador con su centro de trabajo más allá de su relación salarial, tales como: actividades sociales, de reconocimiento y comunicación con el trabajador, integración con la familia, entre otras. En este sentido, se observó un grupo de empresas que no evidencia actividades de integración familiar. En cuanto al tema de comunicación interna las empresas encuestadas difunden entre sus miembros sus políticas y estrategias a través de reuniones que son convocadas permanentemente.

En cuanto al reconocimiento, las empresas promueven y premian anualmente a sus trabajadores y un 20% hace reconocimiento público a los trabajadores promovidos; las empresas manifestaron que este tipo de reconocimiento es uno de los más apreciados por los trabajadores.

La tendencia moderna se orienta cada vez más a incorporar el concepto de que la productividad del trabajador está relacionado con el nivel de capacitación que tenga y cuán motivado e identificado se sienta con la empresa (Urdaneta, 2005).

En relación con los accionistas, se observa un verdadero compromiso de las empresas, ya que evidencian atender debidamente las solicitudes realizadas por los mismos y le proporcionan información relevante. Las em-

presas, consideran que sus directivos ofrecen una gestión diligente y eficiente a fin de asegurar un rendimiento justo y competitivo a sus inversionistas. En este grupo se identificaron las siguientes prácticas de responsabilidad social: protección de los intereses de los accionistas, información a los accionistas de los principales sucesos que afectan la empresa, y atención oportuna de las solicitudes, sugerencias y reclamaciones de los accionistas.

Por otro lado, en cuanto a los elementos de responsabilidad social presentes con mayor fuerza en las empresas mixtas del sector petrolero en relación con los grupos de interés externo, es decir, las comunidades, proveedores, competidores, el Estado, el medio ambiente y la sociedad en general, se encontraron los siguientes:

En relación con las comunidades, las empresas se inclinan por apoyar primordialmente lo relacionado con la salud, educación y seguridad de las comunidades en su entorno, en concordancia con lo que establece El Plan Nacional de Desarrollo, en materia social. Se destinan recursos financieros y humanos para las actividades de integración con la comunidad y se promueve el desarrollo continuo de las mismas. La principal causa social con la que contribuye es mejorar los niveles de salud, educación y seguridad de la comunidad.

Además, se atiende correctamente las obligaciones fiscales, efectuando las liquidaciones que correspondan, de acuerdo a las leyes vigentes, dado que declararon no haber recibido multas de ningún organismo oficial por incumplimiento de sus obligaciones, lo que atendiendo a lo establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela en los Artículos 133 y 316 referidos al pago de los impuestos y a la justa distribución de las cargas públicas respectivamente, coadyuva al Estado a elevar el nivel de vida de la pobla-

ción. Es decir, las empresas vía impuestos, contribuyen en forma indirecta a mejorar las condiciones del entorno y elevar la calidad de vida de la población.

En relación con el medio ambiente, dada la naturaleza de las operaciones realizadas por las empresas se observa una participación importante en la preservación del ambiente; sin que ninguna de ellas ejerza liderazgo. No obstante, evidencian un alto compromiso en la preservación del ambiente, entre otras razones destaca el hecho que estas empresas se rigen por los parámetros internacionales en materia ambiental. Actualmente desarrollan una metodología de evaluación del impacto ambiental de los combustibles y la explotación petrolera, para mantener una posición competitiva y atender los estándares de calidad de los derivados exigidos en los mercados de actuación, cuidando la preservación del medio ambiente.

Entre los elementos más destacados se encuentran: presencia de programas de preservación del ambiente tanto en los centros de explotación, como en las instalaciones de las empresas; programas de protección ambiental y clasificación de desechos de oficina; destinación de recursos a la preservación ambiental; seguimiento del impacto ambiental producto de la exploración petrolera.

Un grupo al cual las empresas del sector le han conferido una gran participación en el cumplimiento de las estrategias que en materia social se vienen desarrollando en la industria, es el grupo conformado por los proveedores. En este sector se han establecido políticas importantes orientadas a impulsar la participación de los proveedores en el desarrollo social. En relación con ellos se pueden describir los siguientes elementos de responsabilidad social presentes:

Se involucra al proveedor en el desarrollo de actividades sociales de las empresas, aspecto que es novedoso en la legislación venezolana, donde el proveedor está obligado a incluir en su oferta de productos o servicios, el compromiso social que asume. La Ley de Contrataciones está vigente desde el 25 de marzo de 2008, y dentro de los aspectos más resaltantes de la Ley se señalan: El primero, que la normativa es un nuevo esquema cuya novedad más resaltante es el enfoque al desarrollo social y endógeno, establecido en la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela de 1999. El segundo aspecto es que busca depurar el proceso de contrataciones a las empresas del sector petrolero y público en general, para que sea más rápido y pulcro y “controlar mucho más las adjudicaciones directas y tratar de minimizar las contrataciones de emergencia”; y como tercer tema está la regulación, señala detalladamente el proceso del cómo deben ser los contratos.

Se promueve la participación de las cooperativas, consejos comunales y empresas de producción social (EPS). Desde el punto de vista social, el programa es punta de lanza para crear y fortalecer una conciencia social dentro del sector productivo venezolano. Al adherirse las empresas al programa, asumen voluntariamente una serie de compromisos sociales que pretenden coadyuvar a la instauración de nuevas formas de relación –sociales y morales– entre la empresa y la comunidad. Lo cual consolidaría la conducción de un nuevo paradigma y relaciones con las empresas y la comunidad.

Las relaciones se inspiran en el respeto a las condiciones que cada parte impone, los proveedores están comprometidos con los tiempos de entregas, y brindan información actualizada sobre nuevos insumos.

Asimismo, dentro del proceso de contratación se privilegia la producción nacional según lo establece el Artículo 8 de la Ley de Contrataciones Públicas... “El órgano o ente contratante, debe garantizar en las contrataciones la inclusión de bienes y servicios producidos en el país con recursos provenientes del financiamiento público”... También, para la selección de la oferta se prefiere en la adquisición de bienes, la oferta que tenga mayor valor agregado nacional (Artículo 9, numeral 1). Del mismo modo, el proveedor de bienes y servicios deberá evidenciar una alta participación de recursos humanos nacionales, incluso en el nivel directivo.

Las empresas mixtas del sector petrolero a fin de dar cumplimiento a la Ley de Contrataciones han establecido el siguiente procedimiento para la evaluación de las ofertas de bienes y servicios (Figura 3).

Se puede observar en este procedimiento que después del cumplimiento de la normativa legal, el siguiente aspecto que tiene mayor importancia incluso sobre la oferta técnica y económica, es la evaluación del compromiso social. Todo este marco normativo que rige la contratación de bienes y servicios en la industria petrolera apuntala el compromiso social empresarial y abona el camino hacia una nueva estructura socioeconómica.

En este orden de ideas, se indagó sobre los factores que consideran las empresas al momento de comprar o contratar un servicio, los resultados evidencian que se da cumpli-

miento a la Ley de Contrataciones Públicas, entre otros requisitos se solicita la certificación ISO 9000 y solo el 20% de las empresas solicitan a los proveedores la certificación de ambiente ISO14000. Otro aspecto resaltante es el hecho que no se considera el respaldo a las misiones sociales, se puede inferir que no se considera porque este aspecto está incluido dentro del factor de compromiso social que se evalúa. Asimismo, se privilegia el hecho de ser empresa de producción social (EPS) y se consideran también en menor proporción la condición de consejos comunales y cooperativas.

Estos resultados atienden al cumplimiento del Decreto 4998 del 17 de noviembre de 2006, que establece medidas temporales para la promoción y desarrollo de las pequeñas y medianas industrias (PYMIS), cooperativas y otras formas asociativas, productoras de bienes, prestadoras de servicios y ejecutoras de obras, ubicadas en el país.

Los proveedores son un elemento clave en la cadena de comercialización, mantener excelentes relaciones como se evidencia garantiza en gran medida el éxito del negocio (Urdaneta, 2005).

Otro grupo importante son los competidores, no obstante existen pocas evidencias de responsabilidad social; pero se puede señalar que existen asociaciones empresariales como la cámara petrolera venezolana cuyo objetivo se centran en el estudio, promoción, defensa y protección de las actividades priva-

Figura 3. Procedimiento evaluación de ofertas de los proveedores



Fuente: PDVSA (2008).

das relacionadas con el campo de los hidrocarburos en todos sus aspectos desde la prospección hasta la comercialización, los cuales se ven reflejados en: a) el incremento de la participación del sector petrolero privado nacional en el marco del plan de negocios de la industria petrolera; b) el aumento gradual de la competitividad del sector; y c) la expansión del radio de acción del sector hacia las áreas medulares y no medulares de la actividad petrolera.

Por último se indagó sobre los elementos presentes en la relación con el Estado, siendo la responsabilidad social un pilar para el desarrollo sustentable, el Estado en estas empresas ha tenido una participación activa para potenciar el desarrollo social, inicialmente con el convenio de conversión a empresas mixtas, siguiendo con los planes estratégicos de la nación y finalmente con la normativa que apuntala el desarrollo de la responsabilidad en las empresas del sector.

6. Consideraciones finales

La responsabilidad social para las organizaciones empresariales significa básicamente asumir su esencia social, como conjunto de personas que interactúan en la sociedad, tanto desde punto de vista de su composición elemental como desde la óptica de miembro integrante de un sistema social (Lizcano, 2003). Es así, como el ser humano encuentra su propio desarrollo en la interacción con los demás; por otra parte las organizaciones son unidades de la sociedad que interactúan y se desarrollan generando a su vez desarrollo de la sociedad en una relación simbiótica.

Esta investigación analizó la responsabilidad social como nuevo modelo gerencial en las empresas mixtas del sector petrolero, por considerar que este sector tiene un alto

compromiso social y además, por tratarse de empresas que recientemente emigraron a esta forma de organización, lo que las ha llevado a cambiar sus estructuras organizativas y sus filosofías de gestión. Evidentemente la incorporación de los conceptos éticos, están revolucionando el mundo de los negocios, específicamente la responsabilidad social empresarial, una frase que tiene una enorme importancia ética en las empresas, debido a que la determinación de la responsabilidad, es el primer paso en la valoración moral de las acciones y la implicación social involucra a todos los grupos con los que ésta interactúa.

Las empresas del sector transmiten su compromiso social de forma explícita a través de su filosofía de gestión y cultura corporativa. Igualmente, es importante subrayar que las empresas evidencian mantener buenas relaciones con sus grupos de interés, principalmente con los empleados, proveedores y comunidades, donde sobresale el compromiso social.

La teoría de los *stakeholders* ha representado un avance significativo para salir de las posturas que reduce la responsabilidad de la empresa a la obtención de beneficios, siendo los accionistas los únicos beneficiados. Frente a esta postura la teoría de los *stakeholders* amplía el ámbito de responsabilidad de la empresa a otros grupos implicados en su buena marcha, concibiendo un nuevo concepto de empresa con base ampliada donde a la empresa se le está demandando cada día nuevos requerimientos y a los directivos exigiendo un “plus” gerencial, que atiendan los objetivos financieros en el corto y largo plazo, a la vez que se preocupan de los aspectos sociales.

Ahora bien, a pesar de que las empresas del sector evidencian el manejo de un nuevo enfoque gerencial con orientación social, es decir, basado en potenciar la responsabilidad

social, es necesario que se diseñen los mecanismos de gestión que permitirán la adecuada administración de la responsabilidad social, que va desde el diseño del plan de responsabilidad social hasta la elaboración de informes de gestión de responsabilidad social que incluyan memorias de sustentabilidad. Igualmente es preciso detallar todas las pautas y directrices que adopta la empresa para mejorar el buen gobierno corporativo y las medidas encaminadas a conseguir una óptima gestión en materia social.

La responsabilidad social en Venezuela está dando sus primeros pasos pero con un gran potencial de desarrollo, ya que el Estado venezolano está sentando las bases para impulsar la conciencia y el compromiso social en todos los ámbitos a nivel nacional. Ciertamente no se puede olvidar que la responsabilidad social se evidencia con acciones voluntarias por parte de los entes económicos. No obstante, la realidad económica social de los países latinoamericanos obligan a los líderes que dirigen dichas naciones a definir políticas y estrategias que impulsen desde el Estado el desarrollo sostenible. El negocio petrolero, es uno de los más poderosos a nivel mundial y en la actual coyuntura del precio del barril del petróleo, es impostergable la participación de la empresa privada en el desarrollo social, asumiendo un rol protagónico que vaya más allá de un sentimiento filantrópico.

Bibliografía citada

Camacho, Idelfonso; Fernández, José y Miralles, Josep (2002). **Ética de la empresa**. RGM. Bilbao.

Cortina, Adela (1996). **Ética de la empresa. claves para una nueva cultura empresarial**. Editorial Trotta, S.A.. Madrid. España.

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (2000). Publicada en Gaceta Oficial Extraordinaria N° 5.453 de la República Bolivariana de Venezuela. Caracas, viernes 24 de marzo de 2000.

Friedman, Milton (1970). **The New York Times Magazine**, September 13, 1970.

Fernández, Roberto (2005). **Administración de la responsabilidad social corporativa**. Universidad de León. Madrid. España.

Gismera, Lura y Vaquero María (2000). La responsabilidad social de la empresa en España: la acción social. Papeles de Ética, Economía y Dirección, No. 5, 2000. Fuente: <http://www.iadb.org/ética> (Consultada: 2003, Julio, 31).

Guedez, Víctor (2006). **Ética y practica de responsabilidad social empresarial**. Editorial Planeta. Caracas Venezuela.

Hernández, Roberto, Fernández, Carlos y Baptista, Pilar (2003). **Metodología de la investigación**. Mc Graw Hill. México.

Ivancevich, John; Lorenzi Peter y Skinner Steven (1997). **Gestión Calidad y Competitividad**. Mc Graw Hill Interamericana, Madrid, España.

Ley Orgánica de Hidrocarburos. Publicada en Gaceta Oficial N° 37.323 de fecha 13 de noviembre de 2001. Decreto No. 1510 de noviembre de 2001.

Ley de Contrataciones Públicas. Publicada en Gaceta Oficial N° 38.895 del 25 de marzo de 2008.

Líneas Generales del Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007. Fuente: http://www.gobiernoenlinea.ve/gobierno_al_dia/docs/PlanDesarrolloEconomicoSocial2001-2007.pdf. (Consultada, 2008, Mayo, 10).

Lizcano, José (2003). **Responsabilidad social corporativa y confianza**. Papeles de

- ética economía y dirección.** No. 8, EBEN España.
- Mendez, Carlos (2001). **Metodología. Diseño y desarrollo del proceso de investigación.** Mc Graw Hill Interamericana, S.A. Madrid. España.
- PDVSA (2008). Convenios operativos. Concesiones Disfrazadas. Web en Línea. Fuente: [www. Pdvsa.com](http://www.Pdvsa.com) (consultada: 2008, Marzo).
- PDVSA (2008). Empresas Mixtas: Soberanía Petrolera al Servicio del Pueblo. Web en Línea. Fuente: www. Pdvsa.com (consultada: 2008, Marzo).
- Urdaneta, Mary (2005). **La gestión financiera como evidencia de responsabilidad social en industria farmacéutica.** Tesis de grado, para optar por el título de Magíster en Gerencia de Empresas, mención: Gerencia Financiera. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.
- Urdaneta, Mary (2008). **La responsabilidad social en la industria farmacéutica del Estado Zulia.** Universidad del Zulia. Revista Venezolana de Gerencia. Año 13 No. 41. pp 49-72.
- Volpentesta, Jorge (2009). **Gestión de la responsabilidad social empresaria.** Omar Buyantti, librería editorial. Argentina.