

XI CONGRESO INTERNACIONAL DE COSTOS Y GESTIÓN

**XXXII CONGRESO ARGENTINO DE PROFESORES
UNIVERSITARIOS DE COSTOS**

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: NUEVO ENFOQUE GERENCIAL EN
LAS EMPRESAS VENEZOLANAS**

Tipificación: Conclusiones o Avances de proyectos de investigación

Autores

Mary Urdaneta

Alira Chirinos

Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la
Universidad del Zulia.

Trelew – Patagonia Argentina, Septiembre de 2009

**XI CONGRESO INTERNACIONAL DE COSTOS Y GESTIÓN
XXXII CONGRESO ARGENTINO DE PROFESORES
UNIVERSITARIOS DE COSTOS**

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL: NUEVO ENFOQUE GERENCIAL EN LAS EMPRESAS
VENEZOLANAS**

Tipificación: Conclusiones o Avance de proyecto de investigación

RESUMEN

Este trabajo analizó la responsabilidad social como nuevo enfoque gerencial en las empresas venezolanas. 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 venezolanas 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, especialmente aquellas del sector público, atendiendo a las políticas del Estado. 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. Sin embargo, la mayoría de las empresas venezolanas carecen de mecanismos de gestión que permitan la adecuada administración de la responsabilidad social, por lo que se recomienda se diseñen los instrumentos de gestión que faciliten la elaboración de informes de responsabilidad social que incluyan memorias de sustentabilidad.

PALABRAS CLAVE: RESPONSABILIDAD SOCIAL, EMPRESAS VENEZOLANAS, STAKEHOLDERS,

1. INTRODUCCIÓN

En los últimos años ha aumentado el interés por la dimensión social de las actividades empresariales. Actualmente se detecta una tendencia hacia un modelo de empresa que se caracteriza por crear valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo contribuyendo de esta forma a la mejora de la calidad de vida en los grupos de su influencia. Las empresas que tienen un comportamiento socialmente responsable deberán diseñar estrategias y establecer procedimientos internos de gestión considerando no solo la dimensión económica de sus acciones, sino también lo social y medioambiental.

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.

Sin duda la creación de valor es un reto actual para las empresas que tienen un compromiso con la sostenibilidad. En Venezuela existe un progresivo despertar a este compromiso de crear valor económico, social y ambiental desde la empresa pública y privada. Con el objetivo de dimensionar y caracterizar la responsabilidad social con nuevo enfoque gerencial en las empresas venezolanas el presente documento de carácter descriptivo analiza y registra la experiencia del sector petrolero y el sector farmacéutico en el estado Zulia- Venezuela.

Ciertamente 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 mediato, 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.

En la actualidad uno de los sectores que evidencia 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, convocado por los partidos de oposición, la empresa privada y sectores de la sociedad civil, esto condujo a que la producción del crudo, así como las actividades de refinación (producción de gasolinas y derivados) cayeron en aproximadamente un 90 a 95 %. Una vez superado el conflicto petrolero durante los años 2004 y 2005 se produjeron 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. Cabe enfatizar que estas empresas forman parte de la principal actividad económica del país, como lo es la producción de petróleo, contribuyendo al fortalecimiento de la economía. 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. Estos son propiedad de la República y las reservas son propiedad exclusiva del pueblo venezolano.

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”, es decir, que el Estado será siempre el dueño del negocio, lo cual le permitirá ejercer el control de cada compañía operadora (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. Estas empresas por estatuto, estarán obligadas a reinvertir un porcentaje de sus ingresos brutos al desarrollo de la región en donde operan.

Por otra parte, la industria farmacéutica cuya importancia clave radica en su contribución al logro de mejores condiciones de vida a la población mundial, por su misión per se, de conceder salud y preservar la vida, tiene una inmensa responsabilidad social la cual no puede manejarse en un nivel secundario.

La industria farmacéutica es cada vez más compleja, y enfrenta serios dilemas éticos en el desarrollo de sus productos, que le obligan a tener siempre presente su compromiso social. La industria farmacéutica venezolana destaca por la inexistencia de Investigación y desarrollo (I&D) de nuevas drogas, los pocos programas existentes no están orientados hacia objetivos industriales determinados, las posibles explicaciones giran en torno, al tiempo, dinero y esfuerzo que deben dedicar a tales actividades. Ésta industria tiene el compromiso de lograr mejores condiciones de vida para la población, a través de la reestructuración o preservación de la salud y alivio de los síntomas de muchos padecimientos, objetivo que sólo es posible con la existencia de programas de I&D e

innovación, lo que representa su gran responsabilidad social, lo cual la hace una actividad económica con características especiales muy propias.

Otro aspecto muy importante que destacar del sector, es lo referente a los precios de los medicamentos, que el consumidor se ve obligado a pagar sin alternativas, por su dependencia del recipe medico, privando una aparente óptica cortoplacista de muchos fabricantes de medicamentos, lo cual contradice la responsabilidad social inherente al ámbito de acción de la industria y el logro de mejores condiciones de vida para la población. Parece obvio que la industria farmacéutica venezolana ha olvidado su fin social y está enfocada sólo a los fines económicos.

Frente al dinamismo de la realidad económica, el panorama descrito tiende a complicarse, en la actualidad la industria farmacéutica venezolana ha sufrido importantes disminuciones en su mercado debido a las políticas de control de cambio que actualmente se aplica en país. La necesidad de fortalecer la industria de hacerla más eficiente se ha convertido en una necesidad inaplazable, por lo que se debe diseñar nuevas estrategias adaptadas al nuevo contexto económico mundial, sin olvidar su compromiso social, que le permita el manejo eficiente de los recursos, en especial en las áreas investigación y desarrollo, sin menoscabo de su responsabilidad social. Esto con el fin de maximizar la productividad, reducir costos y tomar las decisiones más ajustadas a los requerimientos del mercado.

Estos planteamientos motivan el interés para abordar la responsabilidad social como nuevo enfoque gerencial en las empresas objeto de estudio, sin perder de vista el contexto en el que se enmarca la realidad empresarial de los sectores de actividad económica seleccionados. En tal sentido, esta investigación analizó la responsabilidad social como nuevo enfoque gerencial en las empresas venezolanas, específicamente la industria petrolera y farmacéutica, esta investigación estuvo delimitada geográficamente al Estado Zulia,

2. 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 porque 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, como el control sanitario de fábricas, que contaminan al aire y al agua 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 (Gitman, 1995), por supuesto sin cuestionar la primacía de los intereses de los propietarios.

Estas dos posiciones son contrastantes respecto a cuales deben ser los principios que deben guiar la responsabilidad social. Por un lado la responsabilidad social de los gerentes se limita a la maximización del valor presente de la empresa y aumentar las utilidades, es decir, ser eficiente y rentable, sin embargo, la responsabilidad de buscar utilidades es limitada, debido a que existen ciertas consideraciones éticas, que deben ser acatadas no como consideraciones optativas, sino obligatorias, es decir, que las empresas no deben actuar en contradicción con un conjunto mínimo de principios universales. Expresa Gismera y Vaquero (2000) las empresas no sólo tienen deberes con sus accionistas, sino con toda la sociedad y no se puede decir que tenga un único objetivo (incrementar los beneficios), sino muchos a los que hacer frente.

Ahora bien, según concepciones más recientes la responsabilidad social empresarial es una filosofía y una forma de gestión orientada al logro de los objetivos de las empresas en sus dimensiones económica, social y ambiental tanto en el ámbito interno como externo. (Venamcham 2008). Ello implica una actuación conciente de respecto a la gente y al ambiente comprometido con el desarrollo de sus colaboradores las comunidades donde opera y la sociedad en general.

Esta concepción denota un sentido estratégico por cuanto está vinculada a la competitividad al incluir el manejo de asuntos relevantes para el negocio como lo son las relaciones con los diferentes grupos de interés, la gestión de recursos humanos y del ambiente, el desarrollo de proveedores entre otros.

La responsabilidad social es un concepto complejo que comprende 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 tales como clientes, competidores, gobierno, empleados, accionistas y acreedores. 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 y Otros., 1997).

3. LOS GRUPOS IMPLICADOS EN LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL: LOS “STAKEHOLDERS”

Éste es un enfoque complementario que permite avanzar sobre el sentido de la responsabilidad social de la empresa, concretando los grupos que están afectados por la actividad y con los cuales mantiene de algún modo relaciones (Urdaneta, 2008).

También en este caso, según Camacho (2002), ha servido como punto de partida la teoría de Milton Friedman. 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 el abanico de grupos ante los cuales la empresa es responsable.

Literalmente el término *Stakeholders* podría ser traducido por “El depositario de una apuesta”, por alguien que tiene “interés” en que el juego se lleve a efecto, porque, de alguna manera algo siempre gana (Argandoña y Otros, 1997). Es evidente que los primeros “depositarios” interesados en la buena marcha de la empresa son y fueron, tradicionalmente sus accionistas e inversores, es decir, los que han arriesgado sus recursos. Sin embargo, en un modelo ampliado de las organizaciones es necesario ver a los otros miembros involucrados, como si también tuvieran intereses (de hecho los tienen) más o menos similares a los accionistas, auténticos promotores de la edificación empresarial.

Es importante aclarar lo que traduce el concepto *Stakeholders*, que desde su primera aparición, ha sufrido una interesante evolución, en las obras de ética empresarial, según lo señala Camacho (2002), en su origen significó aquellas personas o grupos con los que la empresa esta implicada, esto aunque significaba un gran avance en la ética empresarial tenía una limitación importante: se consideraban los grupos que podían ser afectados por la empresa, pero que al mismo tiempo eran capaces de afectar también sus resultados económicos; omitiendo aquellos grupos afectados incapaces de hacer llegar su reivindicación a la empresa.

Todo esto ha representado una evolución sobre la responsabilidad social de la empresa ampliando su campo hacia aquéllos que están implicados con la empresa, tanto si pueden influir sobre ella como si no. 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 de los accionistas, sino también de los grupos de interés.

Es necesario enumerar a todos aquellos grupos que merecen la consideración de *Stakeholders*, una vez reconocida la responsabilidad que se tiene con los accionistas. En este sentido, Camacho (2003) reconoce: trabajadores, consumidores, competidores, administración pública, entorno geográfico y humano más inmediato, y medio ambiente.

Por otra parte, Cortina (2003) 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 y se representan esquemáticamente en el cuadro 1. De estos grupos de intereses surgen una serie de cuestiones cuya resolución implica directa o indirectamente una perspectiva ética. Es decir, cada uno de los *Stakeholders* en su relación con la empresa es fuente de problemas éticos, en una interminable sucesión de casos.

Ambos autores reconocen la existencia de los grupos de influencia de las empresas y coinciden en el hecho de que a todos les interesa en mayor o menor medida, que la dinámica empresarial sea vigorosa porque un factor importante para la economía como lo es el Producto Interno Bruto por ejemplo, depende de ello y muchas conquistas de tipo social serían imposibles de financiar sin este prerrequisito.

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. Por otra parte, es importante reconocer la posibilidad del conflicto de intereses; en efecto los intereses de los distintos *Stakeholders*, aunque sean en sí legítimos no siempre son compatibles. La verdadera tarea de la ética empresarial y particularmente de la gestión de responsabilidad social, es poner en marcha procedimientos que permitan resolver tales conflictos de manera habitual (Camacho, 2003).

Cuadro 1: Dimensiones de la voluntad ética

GRUPOS	INTERESES
<i>Internos</i>	
Socios y accionistas	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficio e incremento del valor de la empresa • Rentabilidad y liquidez de la inversión • Transparencia de las operaciones y proyectos • Participación y control de gestión
Directivos	<ul style="list-style-type: none"> • Poder de decisión y control: capacidad de gestión • Influencia, prestigio e ingresos • Desarrollo de las ideas y capacidades propias • Maximizar el valor de la empresa
Trabajadores	<ul style="list-style-type: none"> • Salario, prestaciones, seguridad, higiene y salud laboral • Seguridad en el puesto de trabajo • Promoción profesional y humana • Capacidad de interlocutor: participación
<i>Externos</i>	

Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Calidad y justa relación calidad-precio • Información veraz y clara sobre los productos y servicios • Garantías de integridad, seguridad y salud de los consumidores, usuarios y clientes • Servicio posventa
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Aceptación de los principios de libre mercado • Capacidad de pago • Información clara de las posibilidades comerciales • Respeto de las marcas y propiedad industrial
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> • Respeto a las reglas de libre competencia • Reciprocidad de las relaciones • Cumplimiento de compromisos • Cooperación en las diferentes políticas empresariales
Comunidad: <ul style="list-style-type: none"> • Entorno • Estado • Sociedad general en	<ul style="list-style-type: none"> • Legales: obligaciones fiscales, cumplimiento de la legislación vigente • Sociales: contribuciones positivas al desarrollo económico y empleo. Colaboración activa con las instituciones sociales, culturales y científicas. • Respeto por los valores morales, tradicionales y religiosos • Medioambientales: cuidado, respeto y mejora del medio ambiente

Fuente: Ética empresarial. Cortina (1996;134)

4. ASPECTOS METODOLÓGICOS

El objetivo de esta investigación fue el estudio de la responsabilidad social como nuevo enfoque gerencial en las empresas venezolanas, específicamente la industria petrolera y la industria farmacéutica del estado Zulia. Para alcanzar los objetivos propuestos, fue necesario definir el tipo y diseño de investigación. El tipo de investigación que se utilizó fue descriptiva analítica y en atención al método la investigación se orientó hacia el diseño de campo. La población en la industria petrolera quedó constituida por las empresas del sector petrolero del Estado Zulia que migraron a empresas mixtas y se dedique a la explotación petrolera; y estuvo conformada por once (11) empresas, y la industria farmacéutica estuvo conformada por cuatro (04) empresas, por tanto no se consideró necesario aplicar las técnicas de muestreo, se desarrolló un censo u obtención de datos de todos los miembros del universo dado que su número es finito.

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, contenido de 30 ítems de preguntas dicotómicas y en escala tipo Likert. El tratamiento estadístico para el procesamiento de los datos se hizo utilizando la estadística descriptiva, dedicada a detallar y analizar grupo de datos, estos fueron representados en forma de frecuencias (Fr) y porcentajes (%), obteniendo tablas y gráficos de interés para el estudio. En el caso de las políticas y objetivos sociales reconocidos por la empresa, se agruparon por áreas.

5. INDUSTRIA PETROLERA

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

En este segmento se presentan las principales tendencias obtenidas a partir de la aplicación del instrumento, donde se describen los lineamientos estratégicos presentes en las empresas, en el marco de la responsabilidad social.

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 de Energía y Petróleo. En este sentido, se identificaron en las empresas analizadas las políticas y objetivos sociales que se muestran en el cuadro 2, los cuales se agruparon en función de las áreas que éstos atienden.

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. Las empresas del sector incluyen su compromiso social y política ambiental en su filosofía de gestión, además, manifiestan tener código de ética y que sus principios y valores están expresados en ellos.

Asimismo, 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, sin embargo, el cumplimiento de las leyes, puede considerarse como el primer paso o requisito mínimo, 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.

Cuadro 2. Políticas y objetivos sociales de las empresas mixtas

ÁREA	POLÍTICAS	OBJETIVOS
EDUCACIÓN	Educación de calidad para todos	<ul style="list-style-type: none">- 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

		<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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	<ul style="list-style-type: none"> - 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

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 armónico 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, garantizando la seguridad jurídica, solidez, dinamismo, sustentabilidad, permanencia y equidad de crecimiento de la economía, para garantizar 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 génesis de 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. La norma ISO 14000 establece las herramientas y sistemas enfocadas a los procesos de producción al interior de una empresa, y de los efectos o externalidades que de estos deriven al medio ambiente. Es importante que las empresas del sector se aboquen a aprovechar las herramientas que le establece la normativa a fin de tener un mayor control de su gestión ambiental y por ende de sus costos ambientales.

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; Las directrices para empresas multinacionales de la OCDE; y AccountAbility 1000 (AA 1000), entre otras. Estas iniciativas institucionales son normas de adhesión voluntaria, se refieren a enfatizar el cumplimiento de la legislación vigente.

En el futuro habrá que elaborar en Venezuela, normas mínimas de aceptación generalizada, relativas a la responsabilidad social empresarial de adhesión voluntaria. Es importante que las empresas se aboquen al estudio y conocimiento de estas iniciativas, ya que establecen una serie de principios de aceptación universal que en un futuro no muy lejano permitirán la estandarización de algunas prácticas puntuales de responsabilidad social.

Por tanto, una adecuada gestión de la responsabilidad social implica considerar y atender las demandas planteadas por los diferentes grupos que mantengan alguna relación con la empresa. Además, es necesario que cuente con los mecanismos para poder evaluar de manera oportuna su gestión en materia social, ya que las acciones de responsabilidad social que se realicen de forma aislada y desordenada, sin sostenibilidad en el tiempo, tienen escasa relevancia y constituyen un verdadero gasto.

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 de Energía y Minas y éste es el ente autorizado para consolidar la información e informar sobre los resultados obtenidos.

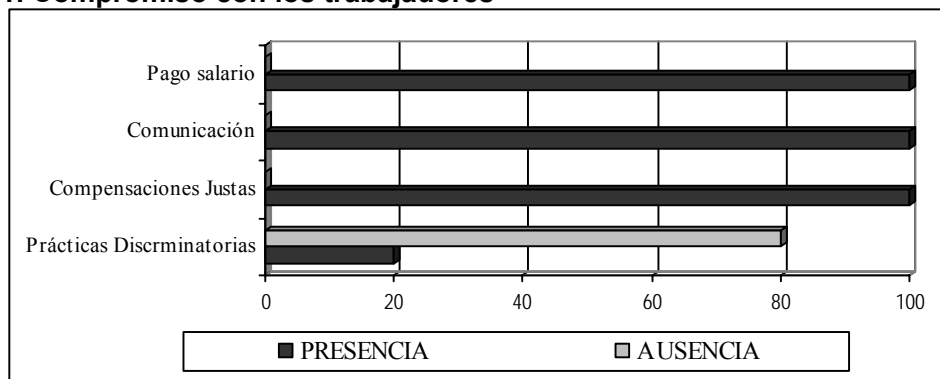
La responsabilidad social constituye un elemento condicionante, y también podría decirse que integrante, de la estrategia empresarial, tanto a nivel estratégico como a nivel táctico (Fernández, 2005). Las empresas del sector muestran importantes evidencias de haber integrado la responsabilidad social en la estrategia empresarial, sin embargo, 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.

De lo anteriormente expuesto, se desprende que existen importantes evidencias de presencia de la responsabilidad social a nivel estratégico en las empresas del sector, sin embargo, es necesario que la responsabilidad social se evidencie en la ejecución de la estrategia, es decir, a nivel operativo, porque de esta manera es que puede ser percibida por los grupos involucrados e influir en la relación de éstos con las empresas.

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

Se ha evidenciado que desde el punto de vista estratégico, las empresas del sector han incorporado a su modelo gerencial la responsabilidad social como elemento fundamental que guía el desarrollo sustentable. 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 (gráfico 1) que en las empresas del sector existe un verdadero compromiso con trabajadores, garantizando igual trato y oportunidad a sus empleados, proporcionando compensaciones justas, que mejoren la calidad de vida de sus empleados.

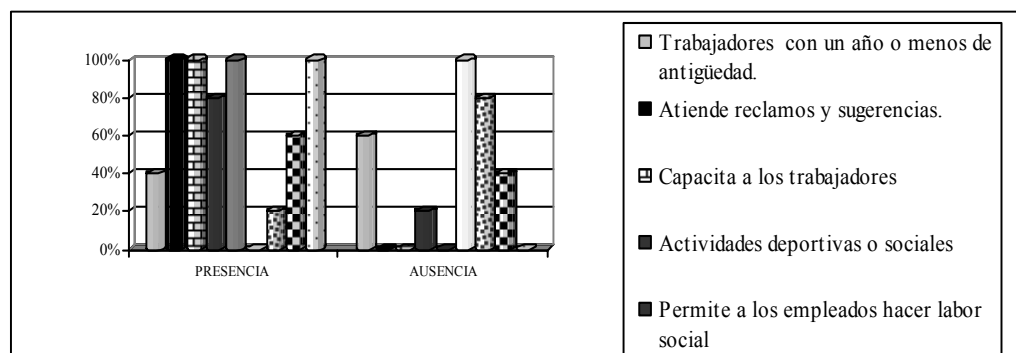
Gráfico 1. Compromiso con los trabajadores



Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas

Además, con respecto a la relación de la empresas con sus empleados existen importantes evidencias de prácticas de responsabilidad social según se observa el gráfico 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 tipo de empresas, 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 nuevos personal en representación del Estado como socio mayoritario de esta empresas.

Gráfico 2. Elementos de responsabilidad social. Empleados



Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas

En los aspectos relacionados con la educación, capacitación y salubridad, las empresas evidencian cumplimiento, es decir, 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 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 resultados muestran una realidad que pudo ser observada en las visitas a las empresas y consiste en que los trabajadores están debidamente instruidos y concientizados sobre la seguridad y salubridad en el lugar de trabajo. Además, los trabajadores 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 a 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 relación con el tema de 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.

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 empresas, 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
- Mantener informados a los accionistas de los principales sucesos que afectan la empresa
- Atención oportuna de las solicitudes, sugerencias y reclamaciones de los accionistas.

Por otro lado, los elementos de responsabilidad social presentes con mayor fuerza en las empresas mixtas del sector petrolero en relación con los grupos de interés externo, entre los cuales se pueden identificar: las comunidades, proveedores, clientes, 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. En este sentido se detectaron los siguientes elementos:

- La principal causa social con la que contribuye es mejorar los niveles de salud, educación y seguridad de la comunidad.
- 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 No. 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 población. 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. Sin embargo, evidencian un alto compromiso en la preservación del ambiente, y 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.
- Los proveedores 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:

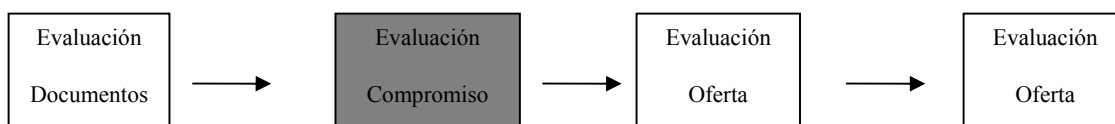


Figura 1. Procedimiento evaluación de ofertas de los proveedores

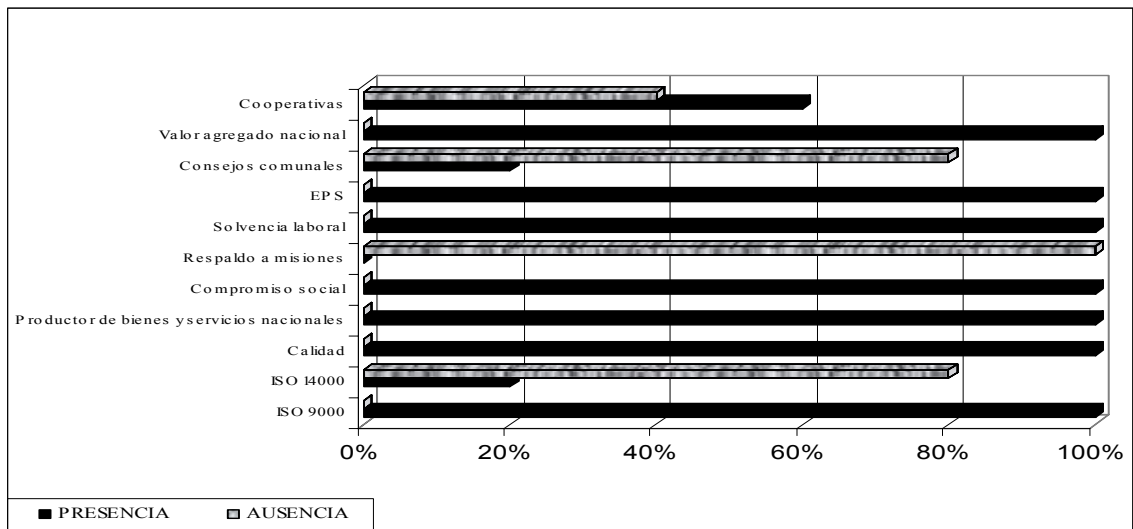
Fuente: PDVSA (2008)

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 se muestran en el gráfico 4, donde se observa que se da cumplimiento a la Ley de Contrataciones Públicas, además, 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 el respaldo a las misiones porque este aspecto está incluido dentro de lo que es el 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.

Gráfico 4. Factores que se consideran al momento de comprar o contratar bienes y servicios



Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas

Estos resultados atienden al cumplimiento del Decreto 4998 del 17 de noviembre de 2006, donde se establecen 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).

En relación con los competidores, existen pocas evidencias de responsabilidad social; no obstante, 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 privadas relacionadas con el campo de los hidrocarburos en todos sus aspectos desde la prospección hasta la comercialización, los cuales se ven reflejados en:

- El incremento de la participación del sector petrolero privado nacional en el marco del plan de negocios de la industria petrolera.
- El aumento gradual de la competitividad del sector.

- La expansión del radio de acción del sector hacia las áreas medulares y no medulares de la actividad petrolera.

Y además, se plantea como objetivos básicos en el marco del Plan de desarrollo Nacional:

- Promover la utilización de bienes y servicios producidos en el país, en el marco de una competencia leal a todos los niveles y en todas las instancias.
- Fomentar, defender y apoyar el crecimiento de sus afiliados en el ámbito nacional e internacional.

En este sentido, se identificó en relación con los clientes los siguientes elementos:

- Existencia de programas de investigación y desarrollo.
- Fomento de la calidad y respeto por las especificaciones del cliente.
- Se destinan recursos financieros a la optimización de procesos para brindar un mejor producto

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.

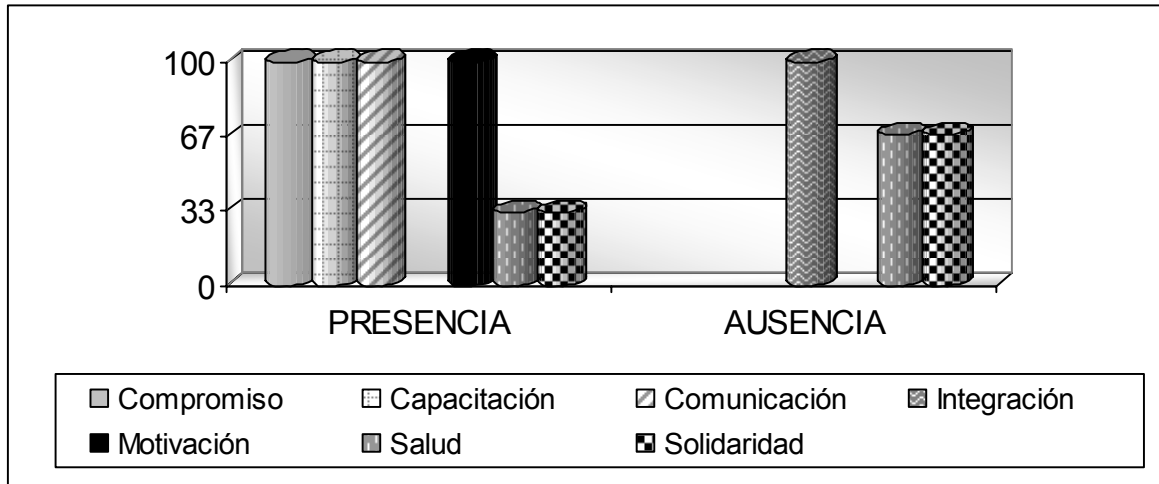
6. INDUSTRIA FARMACÉUTICA

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

Desde el punto de vista estratégico las empresas evidencian un alto compromiso con los grupos de interés tanto externo como interno, las relaciones comerciales están marcadas por la cooperación y el respeto entre los actores de dichas relaciones. En cuanto al compromiso con sus trabajadores según los datos resumidos en el gráfico No. 05, se observó que en las empresas del sector existe un verdadero compromiso con trabajadores, evitando las prácticas discriminatorias, garantizando igual trato y oportunidad 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 comparte con ellos información dentro de los límites legales y de los condicionamientos de la competencia. Es importante destacar que de los resultados obtenidos se puede inferir que las empresas del sector han entendido la importancia del recurso humano para el desarrollo exitoso de las actividades empresariales. 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 las empresas 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 resultados muestran una realidad que pudo ser observada en las visitas a las empresas y consiste en que 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.

Gráfico No. 5 Elementos de Responsabilidad Social. Grupo de Interés interno. Empleados.



Fuente: Elaboración propia basada en las encuestas aplicadas

Al estudiar los temas de motivación y participación en la organización, se buscaba identificar aquellas políticas y actividades realizadas que llevaran a una mayor satisfacción del trabajador con su centro de trabajo más allá de su relación salarial, actividades sociales, de reconocimiento y comunicación con el trabajador, integración con la familia del trabajador, entre otras. 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.

Las empresas transmiten su compromiso social en forma implícita, a través de la cultura corporativa. Estos métodos en ocasiones pueden ser más importantes que los explícitos. Es decir, que la ética se transmite no sólo a través de los códigos de ética, sino también a través de declaraciones escritas donde se plasme el compromiso de la empresa con sus actuaciones.

En relación con los valores identificados por las empresas destacan los valores de carácter permanentes, es decir, aquellos que trascienden cualquier condición temporal y actúan como un eje para garantizar la esencia humana. Tal es el caso del respeto, la responsabilidad, la honestidad, el compromiso que son los medios operativos para alcanzar los valores finales, identificados principalmente como la calidad y la excelencia, entre otros. Estos valores se asocian con aquellas convicciones organizacionales que reflejan el perfil definidor de una cultura organizacional. Están referidos a las conductas determinantes que hace a una organización diferente de otra.

En tanto al identificar los principios de las empresas, estos se encuentran conectados con los valores identificados, donde destaca el respeto a la dignidad e integridad de los trabajadores, a sus clientes y a sus proveedores.

La industria farmacéutica en la región, carece de programas formales de responsabilidad social, sin embargo demuestra un verdadero compromiso con los grupos internos y externos con quienes mantienen relaciones. Lo que revela que la cultura de una empresa se

determina más por los valores que se viven, que por las leyes que se establecen y se cumplen.

6.2 Elementos de responsabilidad social presentes en la industria farmacéutica

Las empresas existen y se desarrollan en un contexto social determinado, por tanto hay muchos grupos interesados en la dinámica del proceso en cuestión. Las empresas tratan de equilibrar los intereses razonables de aquellos involucrados en el proceso. Al describir los elementos de responsabilidad social presentes con mayor fuerza en la industria farmacéutica con relación a los grupos de interés internos se puntualizaron los siguientes:

Empleados:

- Niveles de remuneración justas
- Respeto hacia el individuo, no discriminación de raza, color, creencia en la aplicación de las políticas.
- Condiciones de trabajo seguras y saludables
- Capacitación y adiestramiento
- Promoción y reconocimiento
- Propiciar la comunicación interna y el manejo de la información

Socios y Accionistas:

- Protección de los intereses de los accionistas
- Mantener informados a los accionistas de los principales sucesos que afectan la empresa
- Atención oportuna de las solicitudes, sugerencias y reclamaciones de los accionistas.

En cuanto a los elementos de responsabilidad social presentes con mayor fuerza en la industria farmacéutica en relación con los grupos de interés externos son los siguientes:

Comunidad

Las relaciones empresa-comunidad son tanto más importantes cuanto mayor sea la situación de mutua relación. En tal sentido se reconocen los siguientes elementos de responsabilidad social presente en la industria con relación a este grupo:

- La principal causa social con la que contribuye es mejorar los niveles de salud, educación y seguridad de la comunidad.
- Atiende correctamente las obligaciones fiscales, efectuando las liquidaciones que correspondan, de acuerdo a las leyes vigentes.

Medio ambiente:

La empresa tiene la obligación de mantener el equilibrio ecológico y el resguardo del medio ambiente. En este sentido se observó poca participación de la industria en el compromiso de potenciar una ecología social de trabajo.

Proveedores:

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

Competidores:

La lícita competencia contribuye a garantizar la calidad de los productos y su justa relación con los precios del mercado. Por tanto favorecer las actividades económicas en lícita competencia será garantía de mayor justicia en la comercialización de los productos y de

mayor transparencia en la actividad económica en general. Sin embargo en referencia a este grupo, no se evidencia la influencia de algunos elementos de responsabilidad social en la industria, ya que el sector se muestra poco integrado con sus competidores.

Clientes:

Sin clientes una empresa no puede sobrevivir, la empresa deberá adoptar una actitud de colaboración cuidando que las relaciones mutuas sean de servicio y confianza. En relación con este grupo se pueden identificar los siguientes elementos:

- Calidad y respeto por las especificaciones del cliente
- Servicio Post venta adecuado al tipo de producto
- Optimización de procesos para brindar un mejor servicio
- Financiamiento a corto plazo

Estado:

Siendo la responsabilidad social un pilar para el desarrollo sustentable el Estado brinda poco incentivo para el desarrollo de programas sociales en las comunidades y no establecen según se desprenden de los resultados obtenidos oportunidades de formalizar alianzas estratégicas que permitan el desarrollo de programas en beneficio de las comunidades y la sociedad en general. El único elemento de responsabilidad social que se identifica en la industrial, según los resultados obtenido es el cumplimiento de las obligaciones fiscales de las empresas del sector.

En la industria farmacéutica del estado Zulia existen evidencias importantes de presencia de elementos de responsabilidad social en cuanto a las relaciones con sus grupos de interés. Sin embargo en cuanto a la manera como se relaciona la empresa con su entorno se evidencia poca integración con las comunidades y la aplicación de una política de proyección social mixta, es decir, tiene estrategias definidas en algunos campos de acción, pero en otros depende de solicitudes de la comunidad o reglamentaciones gubernamentales para actuar. Otras relaciones que se notan debilitadas en cuanto a los elementos de responsabilidad social son las referidas a los competidores y el Estado, no se evidencia en esta investigación presencia de elementos importante de responsabilidad social en esas relaciones. El probable que el deterioro que a sufrido el sector farmacéutico en al región en los últimos, de alguna manera haya debilitados las mismas.

Existe una dimensión primaria de la responsabilidad social que está referida al cumplimiento de la legislación laboral, tributaria, sanitaria y ambiental. La misión de cualquier empresa es desarrollar productos de calidad, atender bien a sus clientes y tener buenas relaciones con sus proveedores. Pero además, hay acciones de ayuda a la comunidad que entran en un campo netamente voluntario y que está en función del tamaño de cada empresa.

7. 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 del sector petrolero y farmacéutico por considerar que estos sectores tienen un alto compromiso social, en el primer caso por ser el sector petrolero pilar del compromiso Zulia que evidencia al Estado venezolano y por tratarse de empresas que recientemente emigraron a empresas mixtas donde el accionista mayoritario es el Estado, lo que les ha llevado a cambiar sus estructuras organizativas y su filosofía de gestión; y el sector farmacéutico por ser unos de los sectores con más desarrollo a nivel mundial, la importancia clave de esta industria radica en su contribución al logro de mejores condiciones de vida a la población, teniendo una inmensa responsabilidad social la cual no puede manejarse a un nivel secundario.

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 de los sectores analizados transmiten su compromiso social de forma explícita a través de su filosofía de gestión y cultura corporativa. Igualmente, además evidencian mantener buenas relaciones con sus grupos de interés, principalmente con los empleados, accionistas, proveedores, y comunidades, donde resalta el compromiso social.

La teoría de los Stakeholders ha representado un avance significativo para salir de las posturas minimalistas 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 la empresa se le están demandando cada día más cosas y a los directivos exigiendo un “plus” gerencial, que atienda al largo y al corto plazo y a los objetivos financieros, al paso que se preocupan de los sociales, (Urdaneta, 2005).

Ahora bien, a pesar de que las empresas de los sectores analizados 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.

8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARGANDOÑA, ANTONIO, CORTINA, ADELA. Y Otros. (1997) **Ética y empresa una visión multidisciplinar**. Fundación Argentaria.
- BENAVIDES, MARCELA Y GASTELUMENDI GUIDA. (2001). **Responsabilidad social empresarial: un compromiso necesario**. Universidad del Pacífico, Centro de investigación. Lima, Perú. Fuente: <http://www.iadb.org/etica>. (Consulta: 2003, Julio 31).
- CAMACHO, IDELFONSO. FERNÁNDEZ, JOSÉ Y MIRALLES, JOSEP. (2002). **Ética de la empresa**. RGM. Bilbao.
- CORTINA, ADELA. (2003). **Las virtudes cívicas de la RSE**. Ponencia presentada en el Seminario Internacional de responsabilidad social empresarial. Santiago de Chile, Chile. Fuente: <http://www.prohumana.cl>. (Consultada: 2003, Julio, 31).
- 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, M. (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 MARIA. (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).
- GITMAN, LAWRENCE Y MCDANIEL CARL. (1995). **El mundo de los negocios**. Industria editorial mexicana. México, México.
- IVANCEVICH, JOHN, LORENZI PETER Y SKINNER STEVEN. (1997). **Gestión Calidad y Competitividad**. Mc Graw Hill Interamericana, Madrid, España.
- JONES, AURA. (2001). **Hacia una mejor comprensión de la responsabilidad social corporativa**. Fuente: <http://www.iadb.org/etica> (Consulta: 2003, Junio, 15)
- LANTOS, G.P. (2001). **The boundaries of strategic corporate social responsibility**. Journal of consumer marketing, vol 18 No. 7.
- 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.

- LIBRO VERDE COMISIÓN DE COMUNIDAD EUROPEA (2001).
- 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
- 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](http://www.Pdvsa.com) (consultada: 2008, Marzo)
- 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.
- 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.