



**RESPONSABILIDAD SOCIAL EXTERNA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE  
EMPRESAS DE PRODUCCIÓN SOCIAL DE SERVICIOS ESPECIALIZADOS  
EN LA INDUSTRIA PETROLERA**  
**(External social responsibility of the system of management of social  
production companies of specialized services in the oil industry)**

MSc. Reynaldo A. Jiménez E.  
Universidad del Zulia, Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas.  
[reynaldo25@hotmail.com](mailto:reynaldo25@hotmail.com)

Dra. Jenny Guerra  
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín  
[jennyguerraurbe@gmail.com](mailto:jennyguerraurbe@gmail.com)

### **RESUMEN**

La investigación tuvo como objetivo analizar la responsabilidad social externa en el sistema de gestión de las empresas de producción social que le prestan servicio especializado a la industria petrolera, del municipio Maracaibo, bajo los postulados teóricos de Velasco (2006); Wagenberg (2006); Santana (2011); Vera (2006); McKinsey Quarterly Global Survey (2006); El Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas (2001), entre otros. La misma se considera de tipo descriptiva, de campo, no experimental, transeccional. La población estuvo representada por cinco (05) Empresas de Producción Social (EPS), aplicando un censo poblacional a treinta (30) sujetos con roles gerenciales o administrativos dentro de estas empresas. Para la recolección de datos se empleó un cuestionario con cuarenta y siete (47) afirmaciones de acuerdo a la escala de Likert, siendo validado por cinco expertos, alcanzando una alta confiabilidad según el Alfa de Cronbach, con un valor de 0,92. Los resultados indican que las Empresas de Producción Social desarrollan su responsabilidad social externa vinculándose en mediano nivel con las comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, fomentando una cultura medioambiental, basado en el alto nivel de reconocimiento hacia su sistema de gestión como una herramienta efectiva y satisfactoria para la mejora continua, la toma de decisiones acertadas permite mantener el flujo de sus operaciones e intercambio con su entorno. Como recomendación se propuso promover hacia sus grupos de interés la implantación de las mejores prácticas, a fin de optimizar sus propios sistemas de gestión, así como elevar los niveles de productividad y participación social, considerando a las comunidades locales.



**Palabras clave:** Responsabilidad Social Externa, Sistema de Gestión, Empresas de Producción Social, Industria Petrolera.

### ABSTRACT

The main objective of the research was to analyze the external social responsibility in the management system of social production companies that provide specialized services to the oil industry in Maracaibo municipality, under the theoretical postulates of Velasco (2006); Wagenberg (2006); Santana (2011); Vera (2006); McKinsey Quarterly Global Survey (2006); The Green Paper of the Commission of the European Communities (2001), among others. It is considered descriptive, field, non-experimental, transectional. The population was represented by five (05) Social Production Companies (EPS), applying a population census to thirty (30) subjects with managerial or administrative roles within these companies. For data collection, a questionnaire was used with forty-seven (47) affirmations according to the Likert scale, being validated by five experts, achieving a high reliability according to Cronbach's alpha, with a value of 0.92. The results indicate that Social Production Companies develop their external social responsibility by linking at a medium level with local communities, business partners, suppliers and consumers, promoting an environmental culture based on the high level of recognition towards their management system as a tool Effective and satisfactory for continuous improvement, making the right decisions allows to maintain the flow of its operations and exchange with its environment. As a recommendation, it was proposed to promote the implementation of best practices among its stakeholders, in order to optimize their own management systems, as well as raise productivity levels and social participation, taking into account local communities.

**Keywords:** External Social Responsibility, Management System, Social Production Companies, Oil Industry.

### CONTEXTO ACTUAL DE LA SITUACIÓN

En la actualidad se ha dado un amplio nivel de consenso en relación con que el principal impulsor de la economía radica en las iniciativas privadas, las cuales emprenden la productividad y por consiguiente conllevan a la generación de beneficios, maximizando los impactos positivos de su gestión, al mismo tiempo procura compensar adecuadamente sus impactos negativos.



Según lo expresado por Velasco (2006), existe una inclinación a distinguir la Responsabilidad Social (RS) vinculada a la filantropía, esta práctica es entendida como la necesidad de hacer donaciones u otorgar apoyo; por otra parte, se puede considerar esta práctica como un gasto para las organizaciones, por cuanto no genera ningún beneficio, mas sin embargo se debe asumir para estar cónsono con las tendencias medio-ambientalistas mundiales. Por su parte, McKinsey Quarterly Global Survey (2006) en un estudio alrededor del mundo, demostró en sus resultados que cuatro de cada cinco empresarios piensan que las entidades privadas tienen una responsabilidad social adicional a la de producir ganancias.

En este orden de ideas, diversas investigaciones revelan en sus resultados la consideración de la sociedad en general sobre el rol desempeñado por las empresas, el cual va mucho más allá de solo generar ingresos y ganancias, en este sentido Wagenberg (2006), manifiesta que una razón por la cual existe desconfianza sobre la responsabilidad social empresarial es por las diferencias internas y externas de una empresa.

Por lo tanto la Responsabilidad Social representa un paradigma en las estrategias de negocios de las organizaciones, donde su foco de atención no es solamente la generación de beneficios económicos a sus accionistas, sino que busca generar valor a la par del bienestar social, con una gestión medioambiental altamente positiva, donde además se consideran las expectativas de sus grupos de interés (accionistas, trabajadores, comunidades circundantes, entre otras).

Para la Comisión de las Comunidades Europeas (2001) en el Libro Verde, la Responsabilidad Social de las Empresas puede ser definida como la acción voluntaria de integración de las diferentes empresas, preocupadas por los impactos tanto sociales como medioambientales generadas por sus operaciones productivas y comerciales, lo mismo que sus relaciones con sus diferentes interlocutores. En un sentido más amplio la define como la decisión voluntaria, asumidas por las empresas, de contribuir en la construcción de una mejor sociedad y de un medio ambiente más limpio.

Hoy en día la Responsabilidad Social se ha convertido en un eje transversal del ámbito social, el World Business Council on Sustainable Development (WBCSD) o Consejo Mundial para el Desarrollo Sostenible citado por Pintado y Sánchez (2013, Pág. 151) la define como el “compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general, para mejorar su calidad de vida”.

De acuerdo con la norma de la International Organization for Standardization (ISO) 26000 (2010), las empresas tienen responsabilidades por los impactos generados producto de sus decisiones, de igual manera por las acciones realizadas tanto en la sociedad como en el medio ambiente, a través de una conducta transparente y ética con las cuales contribuya con el desarrollo sostenible, incluyendo la salud, además del bienestar de la sociedad; se deben tomar en cuenta las expectativas de los grupos de interés (stakeholders), buscando el cumplimiento de las leyes, las cuales deben ser compatibles con las reglas de conducta desde una perspectiva internacional, estar integradas de manera transversal a toda la organización, ejecutadas de manera práctica en cada una de sus relaciones.



Es importante señalar quiénes son estos grupos de intereses, en este sentido la ISO 26000 los define como aquellos individuos o grupos que tienen un interés en cualquiera de las actividades o decisiones de la organización. Estas definiciones demuestran la amplia gama de concepciones bajo las cuales puede ser entendida la Responsabilidad Social. Sin embargo, todas apuntan a una relación de equilibrio ganar – ganar entre sus stakeholders, donde la organización (no el empresario) tiene un rol fundamental ante la sociedad, esto, producto del impacto generado por sus operaciones en el entorno y fundamentalmente considerarlo como una acción voluntaria.

Gracias a la incorporación de la Responsabilidad Social en el sistema de gestión de destacadas e influyentes compañías reconocidas por su liderazgo y amplia experiencia, es que se ha ido consolidando el verdadero sentido de este enfoque, dejando de vincularlo con acciones propias del marketing o de la filantropía, transformando estos aportes en ejemplo a seguir.

Hoy día son más las organizaciones en las cuales se evidencia el desarrollo de este novedoso enfoque de Responsabilidad Social en su gestión de negocios, primordialmente aquellas que se encuentran vinculadas a sectores exportadores altamente exigentes como el agrícola, textil, artesanal, entre otros. Esto implica adoptar una posición tanto activa como responsable en torno al impacto de sus operaciones. Esta filosofía es una forma de hacer negocios, lo cual garantiza mayor sostenibilidad y crecimiento económico a la empresa a lo largo del tiempo, por lo cual su trayectoria demuestra la rentabilidad de la cual están hechas estas empresas.

Si bien es cierto la aceptación e implantación de este paradigma de la Responsabilidad Social es de forma voluntaria, al igual que se hace con las normas ISO, se generará un mayor interés por parte del mercado, lo cual obligará a las empresas a ser mucho más proactivas en la incorporación de este modelo, así como aprender a visualizar los beneficios ofrecidos por esta práctica en la sostenibilidad de sus negocios.

Todo lo anterior está estrechamente vinculado no solo a los procesos internos de las organizaciones, sino en gran parte condicionado por las características del mercado y su constante movimiento, donde la globalización se impone como uno de los procesos de cambio más importantes en la economía de las últimas décadas. En el ámbito nacional, se han suscitado diversos cambios en las condiciones contextuales, económicas, culturales y sociales que ha experimentado Venezuela en las últimas décadas, como consecuencia de las políticas públicas desarrolladas las cuales han dado paso a nuevos modelos y prácticas económicas.

De acuerdo con lo planteado por Santana (2011) el Gobierno Nacional, en su búsqueda de mejorar las condiciones de vida de la población, ha implementado las llamadas Empresas de Producción Social (EPS), con las cuales se da apertura en la construcción del Nuevo Modelo Productivo. Estas Empresas de Producción Social se han convertido en uno de los objetivos alcanzados por el ejecutivo nacional, al establecer entre sus objetivos la colaboración mutua que se da entre los diferentes miembros sin distinción entre los empresarios y los trabajadores.



Las Empresas de Producción Social pueden ser definidas como aquellas unidades de producción socio-comunitaria, las cuales se encuentran constituidas bajo una figura jurídica específica contemplada en la legislación nacional, teniendo como función principal la generación de bienes y servicios destinados a la satisfacción de las necesidades básicas, requeridas de manera esencial por parte de las diferentes comunidades del entorno, teniendo como premisa fundamental la incorporación tanto de los hombres como de las mujeres que están incorporados en las diferentes misiones, dándole ponderación a valores como la solidaridad, la reciprocidad, la cooperación, la equidad, la justicia social, la complementariedad, así como, la sostenibilidad, todo esto ante los valores de explotación o rentabilidad según lo expone la Gaceta Oficial, 38.271, (2005).

A partir del año 2006, Petróleos de Venezuela, S.A. (PDVSA) inicia una nueva política de apertura y consolidación de la participación social en el sector petrolero con su Programa de Empresas de Producción Social, las cuales son entendidas como entes de carácter público, de propiedad colectiva, sean estas de carácter natural o jurídica, con carácter autogestionario o de cogestión en sus operaciones, con capacidad para desarrollar cualquier tipo de obras, prestar servicios de cualquier tipo, así como producir o suministrar bienes utilizando cualquiera de los métodos o procesos de contratación generados por PDVSA, los cuales deben estar regidos por el marco legal vigente, donde las utilidades generadas estén orientadas al bienestar de las comunidades.

En este sentido, el Estado se planteó convertirse en el principal promotor e impulsor de estas nuevas formas de Producción Social, implementándolas como líneas estratégicas del Plan Nacional Simón Bolívar (PNSB) año 2007-2013, indicando que el Modelo Productivo estaría conformado básicamente por Empresas de Producción Social, aunque persistirán empresas del Estado y empresas capitalistas privadas (PNSB, 2007).

Por ello las empresas de producción social, partiendo de un modelo productivo novedoso para el país, no cuentan con un marco legal constituido que las regulen ni las direccionen, se requiere del uso de una herramienta donde estas organizaciones puedan obtener resultados eficientes y eficaces para medir su desempeño, además del uso e implementación de un sistema de gestión estratégico donde se posibilite de manera asertiva la toma de decisiones por parte de sus líderes, basada en información veraz, oportuna y actualizada donde se evidencien los resultados obtenidos por la organización basado en su desempeño.

Sin embargo, a través de conversaciones informales sostenidas con personas que laboran en las empresas de producción social, se han dado a conocer las dificultades y confrontaciones presentes en estas organizaciones las cuales dificultan su integración en sus procesos, desarticulación en su trayectoria, limitaciones en cuanto a su eficiencia en la gestión de las mismas, todo ello debido a la carencia de indicadores de gestión que viabilice el análisis de su gestión; además no muestran signos o señales sobre los procesos internos, sin evidenciar herramientas de gestión integral en éstos, por cuanto no considera indicadores donde se les permitan hacer seguimiento, evaluación, y control al alcance del cumplimiento de las metas fijadas, haciéndose mucho más difícil la toma de decisiones.





Para comprender mejor esta condición se establecen algunas definiciones de lo que representa un sistema de gestión, tales como The British Standards Institution (BSI, 2013) describiéndolo como una estructura probada tanto para la gestión, como para la mejora continua de las políticas, los procedimientos y procesos de la organización.

Se debe hacer mención en este punto a Camisón (2009), quien considera al Sistema de Gestión de una organización como el conjunto estructurado de componentes, tales como los objetivos, políticas, estrategias, recursos, estructuras, capacidades, métodos, tecnologías, procesos, reglas e instrucciones de trabajo, por medio de las cuales la gerencia de la organización planifica, ejecuta y controla la totalidad de sus actividades en pro de lograr las metas trazadas preestablecidas. Por su parte, Vera (2006) explica que este tipo de empresas sociales requieren de un modelo organizacional muy exigente, pues sus principios fundamentales no deben ser ignorados porque en caso contrario normalmente llevan al fracaso.

Dentro de las causas que pudieran originar la situación planteada se encuentra la situación de las empresas de producción social, las cuales son un nuevo modelo de producción económica, así mismo, estas no han establecido un sistema de control de sus procesos tanto operativos como administrativos; de igual forma no cuentan con manuales de procedimientos, ni de descripciones de cargos; además de la falta de implementación de herramientas necesarias para poder hacerle seguimiento y control a sus procesos.

Se infiere entonces que las consecuencias de esta situación generan en las empresas de producción social las siguientes consecuencias: (a) No se realicen informes de ganancias y pérdidas; (b) No se cumpla adecuadamente con los servicios prestados; (c) Un manejo de los recursos de la empresa de producción social poco adecuados; (d) Uso ineficiente del tiempo y las horas – hombre en la prestación de los servicios o manufactura de los productos; (e) Incremento de los costos operativos; (f) Generación de una matriz de opinión negativa o desfavorable hacia las mismas.

En base a lo anteriormente expuesto, de no conseguir alcanzar el compromiso de establecer herramientas o metodologías para generar indicadores donde puedan medir el desenvolvimiento de las empresas de producción social, pudiera resultarles difícil lograr sus objetivos, por cuanto al no tener herramientas que le permitan controlar la gestión, la organización no será capaz de: (a) Conseguir efectivamente los objetivos planteados; (b) Elevar los niveles de comunicación interpersonal entre sus miembros; (c) Mancomunar esfuerzos para el logro de los objetivos; (d) Alcanzar ventajas competitivas.

También se encuentra (e) Desarrollar una imagen óptima, de calidad de las empresas de producción social; (f) Lograr tanto las competencias como las destrezas que permitan convertir la planificación y la misión de la empresa en acciones o concreciones a ser conseguidas a largo plazo; (g) Articular de manera eficiente la planificación estratégica, al igual la planificación operativa; (h) Disminuir los costos operativos, así como los tiempos de respuesta; (i) Calcular de manera efectiva el desempeño de su gestión, interna y externamente.



En consecuencia de lo explicado anteriormente, la presente investigación tuvo como propósito analizar la responsabilidad social externa en el sistema de gestión de las empresas de producción social que le prestan servicio especializado a la industria petrolera establecidas en el municipio Maracaibo, así mismo, se generaron procedimientos estratégicos con la finalidad de fortalecer el control de la gestión de las Empresas de Producción Social (EPS) quienes le prestan servicios a la principal industria petrolera del país a través de los esquemas o principios de la Responsabilidad Social. El fortalecimiento de los procesos de gestión de las Empresas de Producción Social permitirá una mejor participación de la ciudadanía en procesos productivos económicos, los cuales incrementaran el número de puestos de trabajo, así como el nivel de vida de los asociados.

Así mismo, la implementación de un modelo de Responsabilidad Social en las Empresas de Producción Social ayudará a fortalecer a las comunidades donde éstas desarrollan sus actividades, en un proceso de integración cada vez más armónico, en beneficio del crecimiento social de las mismas. El presente trabajo de investigación aporta elementos para mejorar los procesos de participación ciudadana en las diferentes formas de emprendimiento, mejorando la calidad de vida de las comunidades que cuentan con estas Empresas de Producción Social y reforzando la responsabilidad social de los ciudadanos.

En ese orden de ideas, se propicia el fortalecimiento del sistema de gestión de las Empresas de Producción Social, lo cual ante los procesos económicos actuales, la realidad social por la cual atraviesa el país, así como la optimización de los recursos financieros y de talento humano, representa una excelente herramienta para la mejora continua de las mismas, generando así un beneficio práctico. Esta investigación servirá de apoyo a los estudios y análisis que se realicen sobre las Empresas de Producción Social, su proceso evolutivo, crecimiento, desarrollo y consolidación como expresiones empresariales de organización comunitarias.

### **DESDE EL PUNTO DE VISTA METODOLÓGICO**

La investigación fue de carácter descriptivo, según lo define Tamayo y Tamayo (2009), permite la interpretación de la realidad, así como el conocimiento de la estructura o proceso del fenómeno, en este caso la responsabilidad social externa en el sistema de gestión de las empresas de producción social, por tanto se trabaja sobre los hechos y tiene como característica principal presentar un análisis adecuado a la realidad.

En relación al momento de la investigación los datos serán obtenidos en un período de tiempo determinado siendo transeccional (transversal) descriptiva, siendo además de campo, no experimental, esta definición se sustenta en los aportes realizados por Hernández, y otros (2010), quienes señalan que el objetivo principal es investigar los hechos acaecidos particularmente, según la categoría o niveles de una o más variables en una población determinada, estos son estudios puramente descriptivos.



El universo o población está representada por cinco (05) Empresas de Producción Social que le prestan servicio técnico especializado a la Industria Petrolera (PDVSA), cuyas actividades operacionales son ejecutadas en el Municipio Maracaibo del Estado Zulia. En este sentido se considera a las unidades de información como aquellas unidades de observación a través de las cuales se obtienen los datos requeridos, según lo expuesto por Parra (2006).

Los sujetos informantes considerados en esta investigación se centraron en aquellos agremiados con el desempeño de roles gerenciales dentro de cada una de las empresas de producción social, así como aquellos responsables con cargos de importancia en el área administrativa, para un total de treinta (30) sujetos, quienes fueron abordados a través de un censo poblacional por cuanto se cuenta con el total de las personas que laboran en las empresas de producción social y quienes cumplen roles gerenciales o administrativos. (Ver cuadro 1)

Cuadro 1  
Unidades informantes

<b>N °</b>	<b>Nombre o Razón Social de la Empresa de Producción Social (EMPRESAS DE PRODUCCIÓN SOCIAL )</b>	<b>Nivel Gerencia I</b>	<b>Nivel Admón</b>	<b>Cantidad</b>
1	<i>Asociación Cooperativa Geopetrol Occidente, RS</i>	3	3	6
2	<i>Asociación Cooperativa Petroleros de Siglo XXI (Coopes XXI), RL</i>	3	3	6
3	<i>Asociación Cooperativa Profesionales de Servicios Petroleros, RL</i>	3	3	6
4	<i>Asociación Cooperativa Servicios Integrales de Ingeniería y Proyectos, RL</i>	3	3	6
5	<i>Asociación Cooperativa Marapetrol, RS</i>	3	3	6

Fuente: Elaboración propia (2017)

Según Arias (2006), las técnicas de recolección son las diferentes formas o maneras con las que cuenta el investigador para recabar la información, por tanto se emplea la encuesta, con un instrumento de tipo cuestionario, conformado por cuarenta y siete (47) afirmaciones, escala Likert, redactadas en base a cada uno de los indicadores de las variables en estudio, con alternativas de respuestas múltiples las cuales fueron: siempre, casi siempre, algunas veces, casi nunca y nunca. El mismo fue validado por 5 expertos en áreas asociadas a la responsabilidad social y metodología



de la investigación, se le aplicó posteriormente el Coeficiente Alfa de Cronbach, el cual fue de 0,92, siendo un instrumento altamente confiable.

Los datos obtenidos del instrumento de recolección para medir el comportamiento de las variables, se ubicaron en una base de datos donde a través de técnicas de estadística descriptiva, se representan en cuadros, los cuales una vez expuestos se analizaran teniendo como único referente para su comprensión al marco teórico, permitiendo en consecuencia responder a los objetivos e inquietudes de la investigación. De este modo se construyó un baremo para analizar los cuestionarios dirigidos a las unidades informantes, a fin de determinar la responsabilidad social externa en el sistema de gestión de las empresas de Producción Social de Servicios especializados en la industria petrolera en el municipio Maracaibo.

## EVIDENCIAS ENCONTRADAS

Partiendo de los resultados encontrados, las empresas de producción social se vinculan de forma moderada con las comunidades locales a través de la ejecución de programas sociales y de fomentar relaciones institucionales, al igual que otras formas de vinculación, pero con menor intensidad, dentro de las anteriores están la inclusión en las empresas de producción social de mano de obra, bajo diferentes modalidades contractuales, así como la selección de sus agremiados provenientes de estas comunidades.

Tabla 1  
Grupos de interés

Tabla 1 – DIMENSIÓN: Grupos de Interés o Stakeholders							
Indicadores	Escala de Respuestas					TOTAL	MEDIA ARITMÉTICA $\bar{X}$
	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo		
	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)		
Comunidades locales	30	28,30	24,20	7,50	10	100	3,61
Socios Comerciales, Proveedores / Consumidores	56	19,33	15,33	4	5,34	100	4,17
Promedio Dimensión	43	23,82	19,76	5,75	7,67	100	3,89

Fuente: Elaboración propia (2017)

De igual forma se constató como se muestra en la tabla N° 1 de la Dimensión de grupos de interés de las empresas de producción social estudiadas, que las buenas prácticas vinculadas a la ejecución de las actividades comerciales y operacionales de



estas empresas son compartidas en alto nivel tanto por sus agremiados, como por sus clientes de igual manera sus proveedores, siendo estos elementos fundamentales en la satisfacción de las expectativas de sus clientes y las necesidades de las comunidades aledañas a las mismas. En consecuencia, las empresas de producción social reconocen e identifican a estos grupos de interés o Stakeholders como interlocutores válidos e indispensables para la buena salud organizacional de las mismas.

Tabla 2  
Áreas de la responsabilidad social

Tabla 2 – DIMENSIÓN: Áreas de la Responsabilidad Social							
INDICADORES	Escala de Respuestas					TOTAL	MEDIA ARITMÉTICA $\bar{x}$
	Totalmente de acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo		
	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)		
Área Económica	77,30	22,70	0	0	0	100	4,77
Área Socio – Cultural	29,30	23,30	24	12,70	10,70	100	3,48
Área Medioambiental	58,70	17,30	12,70	7	4,00	100	4,19
Promedio Dimensión	55,10	21,10	12,23	6,67	4,90	100	4,15

Fuente: Elaboración propia (2017)

Las Empresas de Producción Social tal como se muestra en la tabla N° 2, reconocen e identifican las áreas de la responsabilidad social generadas por ellas en todos sus ámbitos de acción, tanto comercial como operacional. El área económica muestra el beneficio monetario alcanzado por estas organizaciones para sus agremiados y sus clientes, basado tanto en la optimización como en el uso responsable de los recursos de los cuales dispone, incluyendo el reciclaje de los mismos, garantizando su competitividad en el mercado, produciendo ganancias para un desarrollo sostenible en el mediano – largo plazo. De esta manera los agremiados poseen una visión compartida, aceptada en forma unánime, en cuanto a la calidad de vida que le permite obtener los beneficios generados producto del trabajo realizado en estas empresas.

Con respecto al área socio-cultural se evidencia claramente como las empresas de producción social ejecutan a mediano nivel las actividades de tipo deportivas y culturales dentro de las comunidades aledañas, sin embargo demuestran un alto nivel



al establecer alianzas estratégicas con esas comunidades, de igual forma consideran que sus organizaciones prestan atención a las personas excluidas socialmente, por cuanto tienen la capacidad de brindarles puestos de trabajo, aunque para una minoría de ellas es indistinta esta situación.

Así mismo, las empresas de producción social desarrollan diversas actividades sociales, deportivas, estratégicas y/o beneficiosas con las comunidades adyacentes a sus sitios de operaciones, por cuanto reconocen y determinan que estos aspectos son generadores de vínculos sociales los cuales conforman un área de la responsabilidad social externa de sus organizaciones.

De igual manera en el área medioambiental se destaca un alto nivel por parte de los encuestados al respeto, dando cumplimiento al ordenamiento jurídico en materia medioambiental por sus respectivas organizaciones. En ese mismo orden, se evidencia el reconocimiento de manera casi unánime hacia lo interno de sus organizaciones, donde manifiestan sentirse tanto comprometidos como conscientes de su responsabilidad en la afectación del ecosistema durante la ejecución de sus actividades, así como en el tema del reciclaje de forma voluntaria. En este sentido, las empresas de producción social determinan que en el desarrollo de sus actividades económicas, socio – culturales y medioambientales, generan áreas vinculadas a la responsabilidad social empresarial.

Tabla 3  
Principios del sistema de gestión

Tabla 3 – DIMENSIÓN: Principios del Sistema de Gestión								
INDICADORES	Escala de Respuestas						TOTAL	MEDIA ARITMÉTICA $\bar{x}$
	Totalmente de Acuerdo	De Acuerdo	Ni de Acuerdo Ni en Desacuerdo	En Desacuerdo	Totalmente en Desacuerdo			
	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)	FR (%)			
Organización enfocada a los clientes	61,15	34,45	4,40	0	0	100	4,57	
Liderazgo	54,70	25,30	16	4	0	100	4,31	
Enfoque a procesos	40,83	40	15,84	3,33	0	100	4,18	
Enfoque del Sistema hacia la Gestión	62	28,7	8,67	0,63	0	100	4,52	
La mejora continua	47,78	15,56	16,67	6,67	13,32	100	3,78	
Enfoque Objetivo Hacia la Toma de Decisiones	57,80	24,40	15,60	2,20	0,0	100	4,38	
Promedio Dimensión	54,04	28,07	12,86	2,81	2,22	100	4,29	

Fuente: Elaboración propia (2017)



Sumando a los resultados también se destacan, según la tabla N° 3, los pertenecientes a la dimensión: principios del sistema de gestión, donde se observa como en estas organizaciones se da reconocimiento a lo interno de ellas, donde sus actividades operacionales y productivas están focalizados hacia la satisfacción del cliente, los procesos medulares, el sistema de gestión, incluyendo el enfoque objetivo hacia la toma de decisiones, con líderes motivadores, orientadores hacia la mejora continua de sus procesos.

Así mismo, resalta por parte de los agremiados la percepción compartida de la calidad en la ejecución de sus actividades, además de la utilización de tecnología de punta para la satisfacción de las necesidades de su cliente; también muestra un alto nivel tanto de participación como de aceptación del rol desempeñado por los líderes dentro de sus respectivas organizaciones, donde se demuestra el proceso de acercamiento y vinculación desarrollado por ellos con las comunidades cercanas a sus centros de operaciones.

La mayoría de los encuestados consideran que los líderes de estas organizaciones reconocen, coordinan e interactúan con sus grupos de interés; en igual proporción perciben a la mejora continua de la organización como una consecuencia del liderazgo ejercido por sus gerentes, siendo los responsables de la implantación de los sistemas de calidad en las mismas. Sin embargo, se destaca la respuesta de más del 50% de los agremiados quienes consideran la labor de sus líderes poco estimulante para propiciar un ambiente favorable para el alcance de los objetivos planteados hacia los grupos de interés, lo cual contrasta con los valores encontrados, al tener una alta percepción sobre la actividad desarrollada por los mismos y su capacidad de relación con los grupos de interés.

En relación a lo anterior, para los agremiados, las decisiones se toman en base a la confiabilidad de la información, el valor agregado a sus actividades y la capacidad de adaptación o mejora de sus procesos con los grupos de interés, sin embargo resalta la baja aceptación que tiene por parte de los mismos la internalización sistémica de los procesos desarrollados con las diferentes comunidades aledañas a sus organizaciones.

Por otra parte, se visualiza claramente, según los datos obtenidos, el cumplimiento de los conceptos de las normas de calidad (Nacional e Internacional) como orientadores de sus procesos, así mismo, la preocupación por mantener un sistema de gestión que les permita superarse a sí mismos cada día y mantenerse actualizados con los avances tecnológicos. La mejora continua es reconocida, aceptada e implementada en las empresas de producción social, considerando a su organización cumplidora de las normas internacionales de calidad, de igual forma la capacidad de revisión de sus procesos donde evalúan constantemente, en el tiempo, tanto el desempeño alcanzado, como el logro de los objetivos.

Sin embargo sobresale el bajo nivel de comparación de su organización hacia sus similares establecido por los agremiados para evaluar posibles mejoras en sus operaciones. De igual forma consideran que las empresas de producción social tienen un alto nivel de identificación de los grupos de interés vinculados a las mismas, es decir tanto la aceptación como el reconocimiento de la importancia presente en ellos



hacia sus socios comerciales, los proveedores y los consumidores, sin embargo se hace significativo evidenciar el indicador referente a las comunidades locales, por cuanto no cuenta con la misma aceptación.

En resumen se evidencia como las empresas de producción social reconocen y utilizan los principios del sistema de gestión como un procedimiento sistemático de control de sus actividades, procesos e inclusive ajustes de relevancia para sus organizaciones, permitiéndoles alcanzar los objetivos previstos, obteniendo el resultado esperado, a través de la participación activa de todos sus miembros, garantizando la satisfacción de sus grupos de interés.

Esto demuestra tanto la aceptación como el reconocimiento de los agremiados sobre los principios que conforman el sistema de gestión, permitiendo además describir como los mismos se presentan a lo interno de sus respectivas organizaciones; en donde el uso de las nuevas tecnologías sea un quehacer del día a día, satisfacer al cliente se hace cada vez más exigentes, por cuanto demandan productos o servicios con características particulares propias de la industria donde deben cubrir sus necesidades y expectativas.

## **CONSIDERACIONES FINALES**

Este tipo de empresas como las de producción social, están obligadas a satisfacer las necesidades de sus clientes en forma cabal, buscando siempre la mejora continua de los procesos, así como la implementación de normas estándares que les permitan alcanzar el máximo nivel de calidad en cada uno de los productos y servicios ofrecido por estas empresas.

Se hace importante destacar los requerimientos de estas empresas por cuanto necesitan gestionar de manera eficaz y eficiente sus diferentes actividades o procesos, por lo cual demandan modelos de sistemas de gestión que les sirvan como herramientas útiles.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, se puede concretar que en la actualidad estas Empresas de Producción Social quienes le prestan servicio especializado a la Industria petrolera establecidas en el Municipio Maracaibo, desarrollan su responsabilidad social externa por cuanto logran identificar, así como vincularse a las comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores como sus grupos de interés o Stakeholders.

Esta vinculación se hace evidente a través de la ejecución de programas sociales y de fomentar relaciones institucionales, así como, otras formas de vinculación pero con menor intensidad o proporción que las anteriores son la inclusión en las empresas de producción social de mano de obra bajo diferentes modalidades contractuales, así como, la escogencia y selección de sus agremiados a lo interno de estas comunidades.

Lo anterior determina el ámbito de acción de la responsabilidad social de las empresas de producción social en el área social, económica, cultural, fomentando una cultura medioambiental, la cual incluye lo ecológico, proyectada hacia sus agremiados, basados en el alto nivel de reconocimiento hacia su sistema de gestión como una herramienta efectiva y satisfactoria para la mejora continua, la toma de decisiones





acertadas que les permita mantener el flujo de sus operaciones en perfecto balance e intercambio nutritivo con su entorno.

Por ello es importante promover hacia sus grupos de interés la implantación de las mejores prácticas desarrolladas por las empresas de producción social, en el marco de la responsabilidad social, a fin de optimizar sus propios sistemas de gestión, así como, elevar los niveles de productividad y participación social tomando en consideración a las comunidades locales.

Finalmente, al analizar la responsabilidad social externa en el sistema de gestión de las empresas de producción social que le prestan servicio especializado a la industria petrolera establecidas en el Municipio Maracaibo, se observa como estas organizaciones, en su gestión, se vinculan en mediano nivel con sus grupos de interés, fomentando una cultura medioambiental, basados en el alto nivel de reconocimiento hacia su sistemas de gestión como una herramienta para la mejora continua, consideran la toma de decisiones acertadas la cual apunta a mantener el flujo de sus operaciones e intercambio nutritivo con su entorno. Por ello se recomienda promover hacia sus grupos de interés la implantación de las mejores prácticas desarrolladas por las EPS, a fin de optimizar sus propios sistemas de gestión, elevando de esta manera los niveles de productividad y participación social.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arias, F. (2006) El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. (5ta Edición). Caracas. Editorial Episteme.

Camisón, C. y Otros (2009). Gestión de la calidad: Conceptos, enfoques, modelos y sistemas. PEARSON EDUCACIÓN, S. A., Madrid.

Santana, A. (2011). Empresas de Producción Social Directa representan la base económica del Socialismo. Ministerio del Poder Popular para las Comunas. Disponible: [http://www.abrebrecha.com/142876\\_Empresas-de-Producci%C3%B3n-Social-Directa-representan-la-base-econ%C3%B3mica-del-Socialismo.html](http://www.abrebrecha.com/142876_Empresas-de-Producci%C3%B3n-Social-Directa-representan-la-base-econ%C3%B3mica-del-Socialismo.html)

Comisión de las Comunidades Europeas (UE) (2001). Libro Verde: Fomentar un Marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas. Disponible: [http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com%282001%29366\\_es.pdf](http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/committees/deve/20020122/com%282001%29366_es.pdf)

Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela Nº 6.118 Extraordinario. Ley del Plan de la Patria. Segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2013-2019. Disponible: <http://gobiernoonlinea.gob.ve/home/archivos/PLAN-DE-LA-PATRIA-2013-2019.pdf>

Hernández, R y Otros, (2010). Metodología de la Investigación. (5ta Edición). México. McGRAW-HILL / Interamericana Editores, S.A. de c.v.

International Organization for Standardization (ISO) 26000. (2010) Responsabilidad Social. Disponible: [http://www.iso.org/iso/iso\\_26000\\_project\\_overview-es.pdf](http://www.iso.org/iso/iso_26000_project_overview-es.pdf)



McKinsey Quarterly Global Survey. (2006) How companies make good decisions. Disponible:

[http://www.mckinsey.com/insights/strategy/how\\_companies\\_make\\_good\\_decisions\\_mckinsey\\_global\\_survey\\_results](http://www.mckinsey.com/insights/strategy/how_companies_make_good_decisions_mckinsey_global_survey_results)

Parra, J. (2006). Guía de muestreo. Colección XLVIII Aniversario FCES. Dirección de Cultura de la Universidad del Zulia.

Petróleos de Venezuela, S. A. (PDVSA). (2006). Serie Sobre Empresas de Producción Social, Preguntas y Respuestas. Gerencia Corporativa de Empresas de Producción Social, Petróleos de Venezuela S.A. Caracas, Venezuela.

Pintado, T.y Sanchez, J. (2013) Imagen corporativa: influencia en la gestión empresarial. 2da Edición. ESIC EDITORIAL. Madrid.

Tamayo y Tamayo, M. (2009) El Proceso de la Investigación Científica. (5ta Edición). Editorial Limusa. México.

The British Standards Institution (BSI). (2015). ¿Qué son los sistemas de gestión?. Disponible: <https://www.bsigroup.com/es-ES/Gestion-de-Calidad-ISO-9001/>

Velasco, J. (2006) Fundamentos de la responsabilidad social corporativa y su aplicación ambiental. Madrid. Librería-Editorial Dykinson.

Vera, L. (2006). El Nuevo Modelo de Desarrollo Productivo: Sus bases, límites y contradicciones. UCV-FACES. Disponible: [http://webdelprofesor.ula.ve/economia/dramirez/MICRO/FORMATO\\_PDF/ProblemasEconomicos/OTROS/Modelo\\_de\\_Desarrollo\\_Limitaciones.pdf](http://webdelprofesor.ula.ve/economia/dramirez/MICRO/FORMATO_PDF/ProblemasEconomicos/OTROS/Modelo_de_Desarrollo_Limitaciones.pdf)

Wagenberg, A. (2006). La narrativa de la responsabilidad social empresarial. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, vol. II, núm. 2, enero-junio, 2006, pp. 113-120 Universidad El Bosque Bogotá, Colombia.