

Formación Gerencial, Año 24. N° 2, noviembre 2025, pp. 117-134

ISSN 1690-074X

DOI: 10.5281/zenodo.20534893

ÉTICA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS DE SERVICIOS PETROLEROS DE LA COSTA ORIENTAL DEL LAGO

Wuilliams Nava Quintero *

Recibido: septiembre 2025

Aprobado: octubre 2025

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal analizar la ética y responsabilidad social en las empresas de servicios petroleros de la costa oriental del lago. Para ello se recurrió al sustento de teorías de autores como Drucker (1994), Sánchez (1999), Gómez (2.001). La investigación se caracterizó como documental y descriptiva, basándose en el uso de la técnica documental, recurriendo a la revisión y consulta de fuentes impresas y electrónicas. Dentro de las consideraciones finales se destaca que la responsabilidad social ocupa un importante espacio en las empresas estudiadas. En este sentido, la transparencia en la actuación y la información clara, veraz y oportuna se ha convertido en un factor relevante. El comportamiento moral en las empresas se utiliza como estrategia y está acompañado de una mejora en los resultados, pero no existe regulación sobre la elaboración y presentación de esta información. Sin embargo, existen importantes esfuerzos en este sentido.

Palabras clave: ética, empresas, responsabilidad social, estrategia, ambiente.

* Magister en Gerencia de Operaciones. Ingeniero de Petróleo. Universidad del Zulia. Costa Oriental del Lago. e-mail: navawuilliams@gmail.com. ORCID: <http://orcid.org/0009-0004-9941-6440>

ETHICS AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN OIL SERVICE COMPANIES ON THE EAST COAST OF THE LAKE

ABSTRACT

The main objective of this research is to analyze ethics and social responsibility in oil service companies on the eastern coast of the lake. To this end, the authors drew on theories such as Drucker (1994), Sánchez (1999), and Gómez (2001). The research was characterized as documentary and descriptive, based on the use of documentary techniques and the review and consultation of printed and electronic sources. Among the final considerations, it is highlighted that social responsibility occupies an important space in the companies studied. In this sense, transparency in actions and clear, accurate, and timely information have become relevant factors. Moral behavior in companies is used as a strategy and is accompanied by improved results, but there is no regulation regarding the preparation and presentation of this information. However, significant efforts have been made in this regard.

Keywords: ethics, companies, social responsibility, strategy, atmosphere.

INTRODUCCIÓN

La globalización ha aumentado el grado de complejidad organizativa de las empresas debido a la creciente expansión de sus actividades lo que hace que abarque nuevas responsabilidades sobre todo su compromiso a favor de sus consumidores. Su imagen y prestigio la llevan a tener un mayor interés en contribuir con el desarrollo del conocimiento a fin de beneficiarse de una mano de obra más competente, aunado a esto, las políticas estatales para el cuidado del ambiente la llevan al desarrollo de prácticas que contengan elementos medioambientales y sociales que contribuyan a la modernización de sus actividades y por consiguiente a su competitividad a largo plazo.

En este sentido, la importancia de la Responsabilidad Social no es algo novedoso en el mundo empresarial, aunque en los últimos años ha adquirido una nueva dimensión, por el interés especial que conlleva la diversidad de acciones de responsabilidad social respecto a los principales grupos de interés con los que se relaciona: trabajadores, clientes, proveedores y la sociedad en general.

En este orden de ideas, toda organización, por formar parte de un sistema social tiene obligaciones ineludibles que afrontar, responsabilidades éstas que serán englobadas de acción u omisión, materiales o inmateriales., por lo que podemos asegurar que las organizaciones además de producir bienes y servicios para asegurar su

estabilidad y crecimiento deben cumplir objetivos sociales.

Según Gómez (2001), la aceptación del capitalismo generó una aprehensión que ha impulsado la concreción de expectativas acerca de la responsabilidad social de la empresa entre sus diferentes stakeholders, desde sus accionistas, trabajadores, consumidores y proveedores, hasta las instituciones públicas que la regulan, las organizaciones de la sociedad civil y los organismos multilaterales.

En relación a lo anteriormente expuesto, la actividad empresarial va asociada implícitamente a los beneficios sociales ya que genera puestos de trabajos directos e indirectos como fuente de riqueza social más allá de los beneficios que generen o puedan generar sus productos y servicios a sus usuarios y/o clientes, a la propia empresa y a sus accionistas.

Los beneficios generados pueden ser reinvertidos o no en la empresa para asegurar su crecimiento y seguir generando riqueza, estos beneficios una vez satisfechas las necesidades de sus dueños y asalariados, se convertirán en fuentes de ingresos para la administración pública socializándose para contribuir al desarrollo económico del municipio, región o país.

Según Drucker (1994) “La práctica de la gestión social lleva la búsqueda de soluciones, siempre y cuando no descuide su negocio, la empresa que acometa un proyecto de gestión social puede contribuir al desarrollo económico”.

En este contexto, las empresas tienen en sus manos el poder económico, por

lo que sus acciones deben estar encaminadas a resolver los graves problemas de desigualdad social que viven la mayor parte de los ciudadanos y poner en prácticas medidas que busquen resolver los problemas medioambientales generados en sus localidades (municipios, estados o el país en general).

Igualmente, la empresa puede dar apoyo a la colectividad a través de la participación en iniciativas culturales, educativas o deportivas, ayudándole a solucionar cuestiones sociales tales como la prevención del delito, disminución del desempleo a largo plazo lo que contribuirá al éxito económico y el bienestar de la comunidad.

En relación a lo anteriormente expuesto, se puede afirmar que la responsabilidad social de las empresas es, esencialmente, un concepto con arreglo al cual las empresas deciden voluntariamente contribuir al logro de una sociedad mejor y a un medio ambiente más limpio; ésta responsabilidad social se expresa frente a sus trabajadores y, en general, frente a todos los interlocutores de la empresa, que pueden influir a su vez en su éxito.

En este sentido, para efectos de ésta investigación se analizó la ética y responsabilidad social de las empresas MM Service C.A., Unión Venezuela Servicios C.A., Rendimiento Náutico Petrolero Industrial C.A., Maritime contractors de Venezuela, Hermanos Pietralunga S.A., y Grating C.A. En las mencionadas empresas, la responsabilidad principal consiste en generar beneficios, pero contribuyen al mismo tiempo al logro de objetivos sociales y medioambientales,

integrando la responsabilidad social como inversión estratégica en el núcleo de su estrategia empresarial, sus instrumentos de gestión y sus actividades.

Es importante destacar, que las empresas de servicios petroleros de la costa oriental del lago desempeñan un papel fundamental en varios niveles: contribuir a definir mejor las necesidades de formación mediante una asociación estrecha con los organismos e instituciones educativas que diseñan programas de educación y formación, valorando el aprendizaje mediante la acreditación del mismo, creando un entorno que estimule el aprendizaje permanente de todos los trabajadores, en particular con los de menor nivel educativo y los trabajadores de mayor edad.

En este contexto, las empresas están tratando de ampliar el dialogo entre los trabajadores y sus directores con el fin de que se sensibilicen en la formación de programas que orienten en los ámbitos social, ecológico y sistemas de gestión estratégica.

MARCO TEÓRICO

En primer lugar, toda organización debe demostrar un comportamiento ético en su toma de decisiones y su relación con los demás. La responsabilidad social resulta de la conciencia ética de personas y empresas. Al hablar de responsabilidad social es preciso hacer referencia al desempeño ético de las personas y de las organizaciones.

Como es bien sabido, las acciones de responsabilidad social van más allá de lo que exige la ley, de manera que quienes realizan actividades socialmente responsables actúan

haciendo el bien, no porque la ley lo exija o imponga, sino porque existe un profundo sentido ético de lo que es correcto e incorrecto, de las normas que deben guiar su conducta, independientemente de las consecuencias legales o sociales que esto conlleve.

La ética implica necesariamente hablar de la práctica de valores y de principios, que permiten al ser humano orientar su actuación hacia el bien. En este sentido, la organización debe demostrar un comportamiento ético que oriente la toma de decisiones y sus relaciones con los demás, sin perder de vista los objetivos que tiene en el terreno empresarial. La actuación ética debe reflejarse en todas las acciones de la empresa u organización, en su operación diaria, al igual que en todas las personas que la conforman.

De esta manera, se esperaría que la ética forme parte integral de la cultura organizacional y que su actuación se encuentre regulada a través de un código de ética, que incluya los valores y principios de cada institución; que favorezca el respeto a la persona y a los derechos humanos, además de un clima organizacional positivo; el cuidado del medio ambiente; el apoyo directo a la comunidad en la que se encuentra inmersa; entre muchas otras aplicaciones, como la rendición de cuentas, la transparencia y la lucha en contra de la corrupción.

La responsabilidad social es entonces el resultado tanto de la conciencia ética de las personas como de organizaciones que la practican. De esta forma, la empresa que asume los valores como guía de su operación comienza con su propio personal,

buscando mejorar las condiciones de vida de quienes son su mayor activo, lo cual está íntimamente relacionado con los conceptos de calidad de vida en el trabajo, el derecho laboral, la salud y seguridad, entre muchos otros temas, lo cual traerá como resultado un desempeño ético y una actuación socialmente responsable de la empresa frente a todos sus grupos de interés, a la sociedad y al medio ambiente.

La ética debe impregnar todas las decisiones de directivos y personal con mando y formar parte consustancial de la cultura de la empresa. Las relaciones con los trabajadores han de ser prioritarias asegurando unas condiciones de trabajo seguras y saludables.

Asimismo, se debe respetar con esmero el medio ambiente, utilizando adecuadamente los recursos y pensando que sus acciones son el medio para preservar la continuidad empresarial y la de sus congéneres. De esta manera, integrarse a la comunidad de la que forman parte, respondiendo con la sensibilidad adecuada y las acciones sociales oportunas a las necesidades planteadas, atendiéndolas de la mejor manera posible, buscando el equilibrio entre sus intereses y la sociedad.

La Responsabilidad social de las empresas es el compromiso de las mismas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando directamente con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad general para mejorar su calidad de vida. El trabajo conjunto entre las empresas y sus trabajadores, y demás miembros de la colectividad otorga beneficios tales como: establecimiento de puentes entre lo

económico y lo social, incremento de la productividad, mayor competitividad en términos económicos, mejor entorno laboral, mayor compromiso con y para los trabajadores y utilización más eficaz de los recursos naturales.

La economía, como ciencia social, está relacionada con los principios morales de la sociedad en la que se desarrolla. Por un lado, las relaciones económicas influyen en la moral imperante de la sociedad, y por otro, plantean problemas de orden moral (Sánchez, 1999 p. 35). Por ello podemos decir que la ética, considerada como la ciencia del comportamiento moral, está relacionada con la economía, tanto en sus orígenes como en su desarrollo.

En el entorno de la empresa, también se plantean problemas de carácter moral que afectan a los individuos que se relacionan con ella, porque el comportamiento moral es propio de las relaciones sociales y la empresa es un lugar de encuentro entre individuos y grupos con distintos intereses y objetivos.

Por lo que se refiere a los propios ejecutivos de las empresas, si bien su principal objetivo en el trabajo es cumplir las expectativas de resultados exigidas por los accionistas, como individuos y trabajadores tienen sus propios intereses y criterios morales, de modo que, si las decisiones que adoptan para favorecer la obtención de los resultados están de acuerdo con su propia forma de actuar como individuo, esto redundará en una mayor productividad.

Es importante resaltar que, la transparencia, es un requisito fundamental de la responsabilidad social, y también de la contabilidad

empresarial, que debe reflejar la imagen fiel del patrimonio, la situación financiera y los resultados. Sin embargo, para que la información contable esté a la altura del compromiso social que van adquiriendo las empresas, debe ser capaz de reflejar su comportamiento, no sólo desde el punto de vista económico-financiero, sino también social y medioambiental.

Según Guédez (2008) la responsabilidad sugiere responder por lo que hacemos o dejamos de hacer, en tal sentido es una manera de autoevaluación que está enfocada en el juicio a nuestra propia conciencia, pero también abraza la idea de rendir cuenta por lo que hicimos respecto a nuestras obligaciones y compromisos toda conducta humana se relaciona con la responsabilidad y como toda capacidad, puede ser valorada en sus alcances de máxima responsabilidad o de irresponsabilidad. De manera que, el concepto de responsabilidad resulta clave en la actual dirección de las empresas y consiste en la atribución de responsabilidades, en procurar que los hombres se hagan responsables de las funciones que se les asignan.

De la misma manera, Guédez (2008) afirma el ser humano es consustancialmente social: desde que nace hasta que se muere evidencia su dependencia e interdependencia. Lo social no es una elección derivada de su decisión sino una condición originada de su propia naturaleza. Lo social se asocia con la sociedad en la que nace y en la que sirve la empresa por la que tiene también vínculo consustancial con la sociedad. De este modo, el autor expresa que el ser humano obedece a una tensión externa

que vincula al mismo con la sociedad, con el cumplimiento de leyes, normas, costumbre de la realidad social y que lo relaciona de forma natural durante toda la vida.

Para lograr una conceptualización de la responsabilidad social como estrategia competitiva es necesario reflexionar acerca de las temáticas de manera individual con la finalidad de lograr una vinculación teórica, por ello es necesario exponer las definiciones previas de responsabilidad social y estrategia competitiva para desarrollar un concepto de las variables en estudio.

En relación a este punto, la responsabilidad social es un tema que en los últimos años se le ha otorgado gran importancia, es decir, ejecutar actividades sin limitarse, proporcionando soluciones a los problemas existentes en las distintas comunidades, al bienestar social y protección ambiental. Por ello, diversos autores señalan su definición al respecto.

Es importante resaltar, que Guédez (2008 p. 98), refiere que: “La responsabilidad social se define por la relación ética de la empresa con los públicos con los cuales se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales”.

Siguiendo con el concepto, Paéz (2010, p. 157), considera que la responsabilidad social: “tiene la responsabilidad de sostener la empresa

para mantenerla como fuente de trabajo, cuyo fin es cumplir íntegramente los objetivos internos y externos al considerarse las expectativas de todos los sectores y grupos de interés al involucrarse en lo económico, social, humano, ambiental, demostrando así respeto de la dignidad de las personas”.

Reiterando lo mismo, Güerere (2008) y Guédez (2006), opinan que la responsabilidad social empresarial, se define como “el ejercicio ético y sustentable de la competitividad, a través de un conjunto de estrategias que le permiten identificar, atender, anticipar y sobrepasar las necesidades, expectativas y capacidades de los grupos de interés”. Del mismo modo, sostiene como una obligación para cualquier firma empresarial, el establecimiento claro de una Responsabilidad Social, en razón que la ley y la economía se lo exigen, y la definen diciendo que consiste en perseguir metas a largo plazo que propicien el bienestar de la sociedad.

Es preciso destacar, que en este aspecto los empresarios generalmente toman decisiones que impliquen beneficios de una u otra forma, así mismo la responsabilidad social cuenta con una justificación en la competitividad que la hace un buen negocio para todos, al mismo tiempo que contribuye en el logro de los objetivos empresariales.

Con respecto a lo que viene teorizándose, se cuenta con las consideraciones de Valverde (2011), la cual plantean que, la responsabilidad social viene dada por los impactos de sus decisiones y actividades, en la sociedad y el medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y

ético que; contribuya al desarrollo sustentable, incluyendo salud y el bienestar de la sociedad.

Es importante acotar, que la responsabilidad social afecta positivamente el desempeño de la empresa, ya que contribuyen a fortalecer la confianza, mejoran la reputación y generan valor para las empresas, diseñando así estructuras organizativas que contribuyan a forjarla como un cimiento que favorezca el éxito y sostenibilidad de largo plazo de los negocios y de la sociedad. En este último aspecto, se involucra el deber que tienen las empresas en retribuir a las comunidades a través de inversiones para mejorar sus condiciones de vida, ya que de alguna manera se benefician a partir de la ejecución de sus operaciones en su territorio.

Siguiendo con lo que se viene planteando, la responsabilidad social puede ser una representación de la organización para efectuar su acción a los requerimientos sociales. Se trata de una visión más defensora, entendiéndose que como elemento integrante de una comunidad la empresa puede tomar el portante en los asuntos públicos. En este sentido, a la institución le convendría contar con procesos para resolver los reclamos y protestas pero asumiendo una actitud más productiva.

Al analizar las posturas teóricas expuestas por Guédez (2006), Paéz (2010), Valverde (2011) y Güerere (2008), se visualiza que existe concordancia en el hecho de discurrir la responsabilidad social primordialmente como una gestión que procura el logro del bienestar de las comunidades; por lo tanto, se retiran un poco de lo legal o

normativo prefiriendo más hacia las solicitudes sociales, esto con el intento de afrontar la reciprocidad entre la empresa y su contexto comunitario.

Para esta investigación se concibe que la responsabilidad social en concordancia con los autores Maldonado (2010), Ávila (2014), Ramírez (2010) y Guédez (2006), parte de un marco de ética, en el desarrollo sustentable y en pro de los beneficios sociales de las comunidades, las cuales contribuyen al éxito y logro de los objetivos planteados, constituyéndose, finalmente, en una herramienta, con carácter netamente estratégico, dentro de la gestión de la empresa.

Siguiendo lo anteriormente, es necesario conocer que significa la competitividad en la sociedad actual, como se presenta y que fuerzas las integran. Guédez (2006 p. 94), señala “la responsabilidad social empresarial como el ejercicio ético y sustentable de la competitividad”, y partiendo de este criterio, se denota la necesidad de indagar sobre este aspecto como estrategia para las organizaciones, las cuales pueden tomarla como factor determinante en el mercado.

COMPONENTES DE LA DIMENSIÓN INTERNA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Con respecto a la dimensión interna de la responsabilidad social, Ventura y Delgado (2012) indican que la “contempla el interior de la empresa, es decir, accionistas, trabajadores y gestión del medio ambiente”. Es importante acotar, son aquellas relacionadas con la gestión de recursos humanos, salud y seguridad en el lugar de trabajo, adaptación al cambio o

gestión del impacto ambiental y de los recursos humanos.

Por su parte, la Comisión Técnica de la Estrategia Universidad 2015 (2011), agrega que la dimensión interna “identifica aspectos vinculados a los aspectos socio-laborales y ambientales como la gestión de recursos humanos, la salud y la seguridad en el trabajo, la adaptación al cambio o la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales”. Es decir, se refiere a la preocupación por los empleados, su calidad de vida y su seguridad.

Del mismo modo, Fernández (2007), refiere que la dimensión interna se trata en definitiva, de que la empresa tenga una relación equilibrada con sus empleados y, por tanto, unas relaciones laborales de calidad en las que ambas partes estén razonablemente satisfechas. De esta manera puede decirse, que la dimensión interna afecta a sus trabajadores, a su impacto medioambiental, a la gestión de las materias primas, a sus condiciones de trabajo o la peligrosidad de sus productos.

Como puede apreciarse en lo escrito con anterioridad, los autores mencionados coinciden en exponer que los componentes de la dimensión interna están referida a las relaciones de las empresas con sus agentes internos, es decir empleados. Del mismo modo, se percibe que no solo se práctica hacia lo externo de la organización, sino que tiene una inmensa importancia en los aspectos internos.

Con respecto a lo anterior la investigadora, plantea, que dentro de la empresa, las prácticas responsables en lo social afectan en primer lugar a los

trabajadores y se refieren a cuestiones como la inversión de recursos humanos, la salud y la seguridad, la gestión del cambio, mientras que las prácticas respetuosas con el medio ambiente tienen que ver fundamentalmente con la gestión de los recursos naturales en la producción.

GESTIÓN DE RECURSOS HUMANOS

En este contexto, Fernández (2009), refiere que la gestión de recursos humanos son medidas que podrían influir en la formación continua, la mejora de la información en la empresa, un mayor equilibrio entre trabajo, familia y ocio, una mayor diversidad de recursos humanos, la igualdad de retribución y de perspectivas profesionales. Es decir, la práctica responsable de compromiso no prejuicioso para proveer el contrato de personal perteneciente a minorías étnicas, trabajadores y trabajadoras de mayor edad, mujeres, personas desempleadas de larga duración y personas desfavorecidas.

Dentro de este marco, Güerere (2008), refiere que incluye además del proceso de aprendizaje de los trabajadores hacia la responsabilidad social de la organización y de los procesos y de los procesos de información, propone un mayor equilibrio entre el trabajo, familia y ocio. De acuerdo con lo planteado sugiere una igualdad entre el trato y la apariencia profesional tanto en mujeres como en hombres, además de la participación de los empleados en los beneficios.

Siguiendo las anteriores consideraciones, Curto (2012) señala que es una fórmula cada vez más extendida entre las compañías sobre todo entre los directivos, pero también a

otros niveles. Se puede hacer a través salarios variables, tiene como finalidad mejorar la productividad de los trabajadores y fidelizarlos. Así mismo, se debe a la revolución en esquemas de orden inquebrantable del empleado. La exploración de una mayor diversidad de los recursos humanos.

De acuerdo con Güerere (2008), la conciliación de la vida familiar y laboral es una de las áreas de Responsabilidad Social Empresarial Interna, donde más capacidad tiene la empresa para ejercer su responsabilidad social voluntariamente, más allá de la ley para promover la satisfacción de sus empleados. Presupone además la existencia de igualdad en el trato y perspectivas profesionales para las mujeres. Participación de los trabajadores en los beneficios y en el capital accionario.

Según lo señalado anteriormente por los autores, se percibe que coinciden en su exposición en cuanto el capital humano de una empresa es su principal baluarte y en gran medida depende de este el éxito y logro de los objetivos de la empresa, es por esto que cada organización está formada por personas, de las cuales se requieren sus servicios para adiestrarlas y motivarlas para alcanzar niveles más altos de desempeño.

Para esta investigación, la gestión de recursos humanos se considera como un papel muy importante, asegurando que la empresa adopte adecuados programas de responsabilidad social, de acuerdo con las necesidades propias del empleado. Puede apoyarse en el monitoreo de esta práctica, al mismo tiempo que documenta y comunica proactivamente el éxito de implementación de las mismas.

SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

Resulta importante iniciar este punto, con Fernández (2009), agrega que el aumento en la tendencia a subcontratar tareas a contratistas o proveedores hace que las empresas dependan en mayor medida del comportamiento de sus contratistas en el ámbito de la salud y la seguridad. Sin embargo, a medida que crecen los esfuerzos por optimizar estos factores, se reproducen también las presiones para que en el material promocional de la empresa se mida, documente y comunique dicha calidad.

Sobre el asunto, Güerere (2008) considera este aspecto no solo es para los trabajadores de la empresa, sino también para aquellos que forman parte de contratistas y proveedores. Así mismo, brinda la seguridad que todos y todas en su lugar de trabajo conozcan las formas y maneras de mantener las estrategias de protección, mejora de salud y trabajo.

Por su parte, Curto (2012), menciona que intentan evitar y disminuir los riesgos derivados del trabajo, es decir, los riesgos de sufrir un accidente o una enfermedad laboral. Es decir, los riesgos laborales pueden ser tanto físicos como psicosociales. Las enfermedades físicas que aparecen con más frecuencia son las relacionadas con huesos, músculos o articulaciones.

En relación a este punto, se toma el criterio de Curto (2012), debido a la prevención de riesgos laborales, es importante ya que se encuentra dentro del respeto a los derechos fundamentales de los trabajadores, contribuyendo con la mejoras de los sistemas de seguridad social, todos

estos factores integran de forma natural a la responsabilidad social.

Con respecto a lo que viene teorizándose, los aspectos básicos de la responsabilidad social es la política de salud y seguridad en el trabajo, que a su vez constituye uno de los parámetros que las empresas utilizan para medir cuál es su progreso en esta materia. En el campo de la prevención de riesgos laborales, las empresas «socialmente responsables» son las que asumen en su organización una auténtica cultura preventiva a todos los niveles jerárquicos y tienen en cuenta las consideraciones de todos sus interlocutores o grupos de interés.

Si se aprecian los puntos de vista de los autores citados en este punto, coinciden en que la salud y seguridad en el trabajo ha sido durante muchos años una de las preocupaciones principales de los departamentos de recursos humanos, que intentan evitar y disminuir los riesgos derivados del trabajo, es decir, los riesgos de sufrir un accidente o una enfermedad laboral, que pueda dejar incapacitado al personal.

ADAPTACIÓN AL CAMBIO

Con respecto a la adaptación al cambio, Fernández (2009), aclara que son pocas las empresas que no han necesitado una reestructuración, acompañada a menudo de una reducción de la plantilla. Igualmente, reformar, desde un punto de vista socialmente responsable, realizar cambios que vayan en beneficio de la empresa identificando los riesgos más importantes, computarizando todos los costes directos e indirectos así como medidas alternativas, revisando todas

las opciones que permitirían reducir los despidos necesarios.

De igual modo, Güerere (2008), considera que la adaptación al cambio nace como una necesidad esencial ante un proceso de reestructuración de la empresa. Es por ello que se hace necesario implementar cursos de reciclaje, financiación y políticas de dialogo, equilibrando y tomando en cuenta los intereses e inquietudes de todas las personas afectadas por los cambios.

Finalmente, Curto (2012), afirma que es entendida como la capacidad de una persona de conseguir trabajo, mantenerlo y reubicarse en caso de reestructuración. Este proceso no tiene por qué traducirse en una reducción de personal, sino que puede referirse a un recorte en los costos de personal o simplemente a una reestructuración interna que no implica despidos ni costos adicionales, sino que busca una distribución más eficiente de los recursos disponibles.

En cuanto a lo que se hace referencia, la empresa pueda ser efectiva a la adaptación a los cambios debe establecer estrategias que puedan enfrentar entornos hostiles enmarcados dentro del bajo crecimiento la inflación, la regulación o determinados cambios organizacionales; para así no afectar la supervivencia de las mismas, comprender y gestionar los cambios son tareas que presentan grandes desafíos.

Tomando en cuenta el punto de vista de Güerere (2008), quien plantea que son pocas las empresas que no necesitan una reestructuración, acompañada a menudo de una reducción de la plantilla, es necesario

afrontar los cambios de modo de afectar en la menor medida al empleado, ya que este tipo de cambios a menudo dañan la moral, la motivación, la lealtad, la creatividad y la productividad de los trabajadores.

Con respecto a las consideraciones de los autores, la mejor política es la de evitar el despido. Para ello, una de las medidas clave dirigidas a anticipar una reestructuración debería ser la planificación y formación de los trabajadores. Para poder evitar la reducción de la plantilla, tanto en la empresa como trabajador deben estar dispuestos a flexibilizar las relaciones laborales, teniendo muy presente los riesgos que ello conlleva sobre la seguridad laboral. No obstante, también hay que tener en cuenta que el éxito de las reestructuraciones depende de la implicación del gobierno durante un proceso; por ejemplo, proporcionando servicios de colocación, orientación y políticas activas de empleo.

GESTIÓN DEL IMPACTO AMBIENTAL Y DE LOS RECURSOS NATURALES

Con respecto a la gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales, Fernández, (2009), refiere que la disminución del consumo de recursos o de los desechos y las emisiones contaminantes aumenta la competitividad y reduce el impacto sobre el medio ambiente al disminuir sus gastos energéticos, de eliminación de residuos o de descontaminación. Por otro lado, la política integrada de productos, constituye un buen ejemplo de un planteamiento que posibilita la colaboración de las autoridades públicas y las empresas.

Reiterando lo mismo, Güerere (2008), afirma que contempla una política integrada de producción, donde se incluye un manejo adecuado de recursos, disminución de emisiones y desechos contaminantes entre otros aspectos. Igualmente, involucra a toda la empresa en el respeto al entorno, promoviendo la ecoeficiencia y el ecodiseño de los asuntos beneficiosos y los productos y servicios.

Sobre el asunto, Curto (2012), refiere es el ámbito en el que se puede destacar la necesidad de conocer y cumplir la normativa ambiental aplicable, gestionar el consumo de agua, electricidad, gas, materiales. De igual manera, reduciendo las emisiones de residuos, gestionando las fuentes y seleccionando los recursos. Apostar por el reciclado de los residuos y de los productos fabricados, involucrando a toda la organización en el respeto al entorno.

En relación a este punto, se toma el criterio de Curto (2012), el cual anima a las empresas a crear, de forma voluntaria, sistemas de ecoauditoría y ecogestión en la compañía o el emplazamiento industrial dirigidos a estimular la mejora constante del rendimiento ecológico. Aunado a esto, la autora de esta investigación refiere, las empresas son conscientes de las oportunidades que les abre la mejora de los resultados ecológicos, y trabajan para aprovecharlas de manera sistemática.

COMPONENTES DE LA DIMENSIÓN EXTERNA

Dentro de este contexto, Ferrer y Martínez (2006), refiere que la dimensión externa se enfoca en los grupos de interés más allá de las

fronteras de la empresa, de manera que incluye socios comerciales y proveedores, clientes, autoridades públicas y organizaciones no gubernamentales defensoras de los intereses de las comunidades locales y el medio ambiente.

En el mismo orden de ideas, Fernández (2009, p. 117), agrega que la dimensión externa “hace frente a la sociedad en conjunto, proveedores, consumidores, clientes, en otros, los grupos de interés no son otros que colectivos con los que la empresa se relaciona y a los que genera algún valor si se autodefine como socialmente responsable”.

Continuando con los autores que hacen referencia a los componentes de la dimensión externa, se tiene a Fernández (2007, p. 12), el cual señala que “se trata de implicar a los empleados y hacerles protagonistas de las estrategias y políticas que una empresa desarrolla para ser responsables”. Así como también, la participación de los empleados en la respuesta que la empresa da a las expectativas de la sociedad y a las necesidades sociales de su entorno.

De acuerdo con lo citado por los autores antes mencionados se evidencia la coincidencia en la presencia de elementos de la dimensión externa de la responsabilidad social dirigidos a diferentes ámbitos y beneficiarios. No obstante, ésta se extiende hasta las comunidades locales incluyendo, además de trabajadores y accionistas, a otros interlocutores tales como socios comerciales y proveedores, consumidores, autoridades públicas y organizaciones no gubernamentales (ONG) defensoras de los intereses de

las comunidades locales y el medio ambiente.

En concordancia con los autores, partiendo de los criterios planteados, en relación a los componentes de la dimensión externa, se encuentran las comunidades locales y los socios comerciales, proveedores y consumidores. Este tipo de empresa mantiene una relación estrecha con su territorio, emplean la mano de obra local, mantienen relaciones comerciales con comercios vecinos, mantienen una fuerte relación con las administraciones públicas locales.

COMUNIDADES LOCALES

Al respecto conviene decir que Güerere (2008), refiere que son aquellas donde se sugiere una integración de la empresa hacia su entorno local a través de la constante colaboración y participación con diferentes Organizaciones de la Sociedad Civil, como la contratación de personas, socialmente excluidas, el patrocinio total o parcial de actividades de salud, culturales o deportivas a nivel local y donaciones para obras de beneficencia promovidas dentro del entorno donde opera la organización entre otros aspectos.

Continuando con este punto, Fernández (2009), refiere que las empresas interactúan con el entorno físico local. Precisan de un ambiente adecuado para su producción y ofertas de servicios: unas adecuadas redes de comunicación, un medio ambiente limpio, puede igualmente existir una atracción de trabajadores a la región donde están radicadas.

De igual manera, ayudan al desarrollo de las comunidades que se insertan,

creando empleo en el ámbito local, patrocinando iniciativas sociales, deportivas, culturales, ambientales, de cooperación, contribuyendo con la captación de fondos en beneficio de causas sociales que generen un mayor beneficio de la comunidad local y los ciudadanos.

Por su parte, Ferrer y Martínez (2006) opinan que son clientes reales o potenciales aptos para el trabajo y en consecuencia con poder adquisitivo para el desenvolvimiento fluido de la economía y en una comunidad protectora de los intereses de la empresa como recompensa por la cooperación brindada. Asimismo, las empresas tienen responsabilidades como oportunidades de trabajo en la sociedad, debido que en su entorno se desarrollan diversas acciones. De igual modo tienen compromisos con el desarrollo cultural, educativo, de salud, convertido simplemente en empleados productivos, como premio por la tranquilidad de tener una familia estable en distintos sentidos.

Si se aprecian los puntos de vista de los autores citados en este punto coinciden en que tienen una misma posición en cuanto a las comunidades locales que consiste en el desempeño, para asegurar que los objetivos fijados de la empresa sean plenamente alcanzados, a través de un ambiente adecuado para su producción y ofertas de servicios.

Dentro de este contexto, las empresas de responsabilidad social dependen de un equilibrio en las comunidades y la organización, para mantener una mejor relación con el entorno que les rodea la misma debe ser voluntaria más no obligada, produciendo con calidad los bienes y servicios convencidos del

beneficio que esto representa a largo plazo para la organización

Con respecto a estas competencias, resulta interesante el punto de vista de Güerere (2008), quien considera que se debe integrar la empresa a la comunidad, con el propósito de establecer intercambios de participación de las sociedades a cambio de beneficios, al mismo tiempo que las expectativas de los consumidores sobre el papel que aquella debe desempeñar en la comunidad son cada vez mayores.

A consideración de la investigadora, se hace preciso mencionar que la realidad social, económica y política, del país y del mundo entero, está pidiendo a la empresa que se transforme y modernice para responder a las nuevas necesidades y demandas sociales. Para obtener utilidades de manera sostenible y proyectar su supervivencia en el mediano y largo plazo, la empresa no puede mantenerse ajena a la realidad social. Los autores establecen que las comunidades son potencialmente una poderosa herramienta de mercado para las empresas al establecer intercambios de participación a cambios de beneficios.

SOCIOS COMERCIALES, PROVEEDORES Y CONSUMIDORES

Es importante destacar que para Güerere (2008), los socios comerciales, proveedores y consumidores son partícipes a lo largo de la cadena de producción, por lo tanto sus actuaciones particulares pueden afectar los resultados de las medidas de responsabilidad social de la empresa. Es decir, estableciendo convenios de ayuda con entidades proveedoras y clientela para comenzar la mejora

conjunta de su RSE, garantizando seguridad y calidad de las materias primas del producto o servicio final.

Igualmente, Fernández (2009), agrega que las empresas son al mismo tiempo socios comerciales de las empresas pequeñas, ya sea en calidad de clientes, proveedores o competidores, deben ser conscientes que sus resultados sociales pueden afectarse por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción. Del mismo modo, se establecen principios éticos en la política de compras a entidades proveedoras de comercialización y publicidad, al igual que en los derechos de los consumidores.

Por su parte, Ferrer y Martínez (2006), considera que los proveedores no siempre se seleccionan mediante un procedimiento de concurso. Las relaciones con los socios de alianzas y empresas de riesgo compartido, así como con los franquiciados, son igualmente importantes. Sin embargo, a largo plazo, las relaciones establecidas pueden traducirse en precios, cláusulas y expectativas equitativas y suministros fiables y de calidad.

A su vez, los mismos autores anteriormente citados, consideran que cada organización participante en una relación de negocio es un socio comercial. Los socios comerciales, llamados también “entidades comerciales” o “entidades”, se encuentran en el nivel raíz y forman la base de una solución de socios comerciales, por otro lado, las empresas pueden reducir la complejidad y los costos, así como también aumentar la calidad.

Con respecto a lo que viene teorizándose para esta investigación se tomará en cuenta el postulado de Ferrer y Martínez (2006), quien agrega que se deben tomar en cuenta todos los proveedores, debido a que las empresas pueden reducir la complejidad y los costes y aumentar la calidad, generándose así beneficios mutuos y de gran relevancia. Como sano criterio de la investigadora, se considera que las empresas deben ser conscientes de que sus resultados sociales pueden verse afectados por las prácticas de sus socios y proveedores a lo largo de toda la cadena de producción.

DERECHOS HUMANOS

Desde la perspectiva de Güerere (2008), señala que los derechos humanos van relacionados con las disposiciones de instrumentos internacionales complementados en la Organización Internacional del Trabajador (OIT) y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Es decir, que los derechos humanos van más allá del sentido de los derechos del trabajador o laborales.

Por su parte, Fernández (2009), aclara una de las dimensiones de la responsabilidad social de las empresas está estrechamente vinculada a los derechos humanos, que no son más que los derechos que los individuos ponen por su virtud de humanidad, o dignidad de la persona humana, o naturaleza humana, antes de cualquier ley positiva o contrato voluntario.

Del mismo modo, Ferrer y Martínez (2006) refiere que los derechos humanos son disposiciones de Instrumentos Internacionales del

Trabajo (OIT) y de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). En el Libro Verde se reconoce que estos derechos pertenecen únicamente a la esfera propia de los estados, y no se establece con la claridad necesaria que tipo de derechos son los que deben ser respetados por la empresa, sin embargo se expone claramente que sobrepasan el ámbito de los derechos laborales.

Para Güerere (2008), Fernández (2009) y Ferrer y Martínez (2006), consideran claramente que los Derechos Humanos están defendidos ante cualquier falla o intento de supresión por parte del gobierno de cualquier país, ya que los diferentes países pueden intervenir para evitar dicho acto, además todos los países tienen la obligación de respetar y hacer cumplir la Declaración Universal de los derechos del Hombre así como también están obligados a promover la enseñanza de dichos derechos con el fin que todo ser humano tenga en cuenta sus derechos y respete los derechos de los demás.

Tomando en cuenta las consideraciones de los autores citados en este punto, y de la propia investigadora, puede estos derechos están basados en los principios de universalidad, igualdad y no discriminación, forman parte de la creencia de que todos los seres humanos son libres e iguales en poseen las mismas oportunidades y derechos fundamentales que posee todo individuo en virtud de su humanidad, independientemente de su lugar nacimiento, sexo, cultura, raza, religión, origen étnico, idioma, o cualquier otra condición.

PROBLEMAS ECOLOGICOS MUNDIALES

En relación a este punto Güerere (2008), refiere que son aquellos donde ha de destacarse la importancia de la contribución de las empresas para la consecución de un desarrollo sostenible, en concordancia con lo mencionado en las directrices emanadas de la organización para la cooperación y el desarrollo económico. Así mismo, debe estar en condiciones de identificar los impactos ambientales de su actividad, minimizando los negativos y maximizando los positivos. El desarrollo de sus proyectos debe considerar las compensaciones necesarias, por el uso de los recursos naturales y por su impacto ambiental. El cuidado del medio ambiente debe estar presente en todas las áreas de la empresa y en cada producto, proceso o servicio.

De igual forma, Fernández (2009), afirma que debido al efecto transfronterizo de muchos problemas medioambientales relacionados con las empresas y a su consumo global de recursos, las empresas son también actores en el medio ambiente mundial. Es preciso destacar, que han adaptado trámites en relación a las condiciones laborales y gestión ambiental a aplicar en las empresas comercialmente asociadas. Involucrándose en transmisiones de cooperación internacional.

Al mismo tiempo, Ferrer y Martínez (2006) consideran que la gestión empresarial actual debe reflexionar no solo en los factores económicos, otros objetivos como los “cero impactos” comprometiendo un sistema de gestión ambiental que la responsabilice

socialmente. Las empresas deberán sensibilizarse ante las demandas ecológicas de sus mercados, ayudando a la mejora y a la protección del sistema natural.

Con respecto a lo que viene teorizándose, las empresas son actores fundamentales para la consecución del problema ecológico, de esta manera ha cobrado importancia la generación de acciones y herramientas de gestión innovadoras que concilian el desarrollo económico con la protección y conservación del medio ambiente, contribuyendo al desarrollo sostenible, entendido éste como un modelo que busca suplir las necesidades del presente sin afectar las necesidades del futuro.

Como puede apreciarse en lo escrito con anterioridad, las empresas y organizaciones han involucrado dentro de sus procesos mecanismos organizacionales enfocados a la prevención, protección y mejora del capital ambiental, dando origen a los sistemas de gestión ambiental y ecológica que los conlleva a responsabilizarse socialmente. Aunado a esto, como aporte personal de la investigadora, puede señalarse que hoy en día, se hace necesario tomar conciencia debido al agotamiento y la falta de interés en la conservación de los recursos naturales, pese a ello, hay grandes mentes que se encuentran pensando en cómo pueden reemplazar dichos recursos, sin buscar soluciones para preservar dichos recursos.

METODOLOGÍA

La investigación es de tipo documental, bibliográfica, bajo la sustentación teórica y metodológica que permitieron interpretar la contextualización de la

ética y responsabilidad social en las empresas de servicios petroleros de la costa oriental del lago. Por tanto, el objetivo principal del estudio tiene como propósito analizar la ética y responsabilidad social en las empresas de servicios petroleros de la costa oriental del lago.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como he señalado a lo largo del artículo, la responsabilidad social ha empezado a ocupar un importante espacio en las relaciones de las empresas estudiadas. En este sentido, la transparencia en la actuación y en la información clara, veraz y oportuna sobre las mismas se ha convertido en un factor relevante. En este sentido, el comportamiento moral en las empresas suele utilizarse como estrategia y está acompañado de una mejora en los resultados, pero no existe regulación sobre la elaboración y presentación de esta información.

Sin embargo, existen importantes esfuerzos en este sentido, especialmente en cuanto a la valoración de resultados y a los efectos medioambientales. Pero si realmente se pretende que la información sobre actuaciones morales en las empresas sea de utilidad para los usuarios, debe valorarse e integrarse en el sistema contable, de forma que las cuentas anuales sirvan no sólo para reflejar la imagen fiel de sus patrimonios, su situación financiera y sus resultados, sino también sus actuaciones en materia medioambiental y social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ávila, J. (2014). Responsabilidad Social Empresarial de emisoras de amplitud modulada en la

programación de calidad. Trabajo de Grado para optar al título de Magíster Scientiarum en Ciencias de la Comunicación. Universidad del Zulia. Maracaibo, Venezuela.

Comisión Técnica de la Estrategia Universidad 2015. (2011) La Responsabilidad Social de la Universidad y el Desarrollo Sostenible. España. Universidad de Sevilla.

Curto, M. (2012). La Responsabilidad Social Interna de las Empresas. Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo. IESE. Universidad de Navarra. Madrid, España.

Drucker, Peter (1994). Gerencia para el Futuro. Barcelona: Grupo Editorial Norma.

Fernández, M. (2007). Motivar con la Acción Social. Primera Edición. España. Editorial @Netbiblo.com

Fernández, R. (2009). Obligaciones de la Empresa con la Sociedad. Editorial Club Universitario. España. Alicante.

Fernández, R. (2009). Responsabilidad Social Corporativa. Editorial Club Universitario. España. Alicante.

Ferrer, J. y Martínez, J. (2006). Responsabilidad Social de Empresas Oferentes de Servicios Respecto a la Comunidad como Grupo de Interés. Telos, vol. 8, núm. 1, enero-abril, 2006, pp. 51-62. Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín. Venezuela

Gómez, Samper (2001). "La responsabilidad social de la

- empresa” Revista Debates No. 3 (2.001). Heredia, Costa Rica. Consejo Editorial.
- Guédez, V. (2006). Ética y Práctica de la Responsabilidad Social Empresarial. El aporte de la empresa al capital social. Editorial Planeta. Venezuela.
- Guédez, V. (2008). Ser Confiable. Responsabilidad Social y Reputación Empresarial. Editorial Planeta. Venezuela.
- Güerere, J. (2008). Empresa Responsable, Empresa Rentable. Gestión de un Negocio Lucrativo y Socialmente Responsable. Impresos Grafifor, C.A. Primera Edición. Venezuela.
- Maldonado, C. (2010). La Formación de la Responsabilidad Social del Universitario: Un Estudio Empírico. Proyecto de Trabajo para Optar al Grado de Doctor en Ciencias Gerenciales. Universidad Complutense de Madrid. España.
- Ramírez, M. (2010). Responsabilidad Social como Estrategia Competitiva en el Comportamiento Organizacional de las PYMES del Estado Trujillo. Trabajo presentado como requisito para Optar al Grado de Doctor en Ciencias Gerenciales. Universidad Dr. Rafael Beloso Chacín. Maracaibo, Venezuela.
- Sánchez, Vázquez (1999). Ética, 1.ª ed., Biblioteca de Bolsillo, Crítica, Barcelona.
- Valverde, J. (2011). Responsabilidad social: Una estrategia competitiva para el desarrollo. Escuela de Relaciones Internacionales.
- Ventura, B., y Delgado, S. (2012). Recursos Humanos y Responsabilidad Social Corporativa. Primera Edición. España. Editorial Paraninfo C.A.