

Año 29 No. 108, 2024
OCTUBRE-DICIEMBRE



Año 29 No. 108, 2024
OCTUBRE-DICIEMBRE

Revista Venezolana de Gerencia



UNIVERSIDAD DEL ZULIA (LUZ)
Facultad de Ciencias Económicas y Sociales
Centro de Estudios de la Empresa

ISSN 1315-9984

Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons
Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.
http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES

Como citar: Paz, A., Guilianny, J., Araujo, D., y Boscán, M. (2024). Responsabilidad social en empresas mixtas del sector petrolero en el Estado Zulia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 29(108), 1744-1757. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.108.17>

Universidad del Zulia (LUZ)
Revista Venezolana de Gerencia (RVG)
Año 29 No. 108, 2024, 1744-1757
octubre-diciembre
ISSN 1315-9984 / e-ISSN 2477-9423



Responsabilidad social en empresas mixtas del sector petrolero en el Estado Zulia

Paz Marcano, Annherys*
Guilianny García, Jesús**
Araujo Daza, Danilo***
Boscán Carroz, Mariby****

Resumen

El propósito de esta investigación fue analizar la responsabilidad social en las empresas mixtas del sector petrolero en el estado Zulia, con base en sus elementos. La tipología del estudio fue paradigma cuantitativo, enfoque positivista, tipología de investigación analítica, descriptiva y de campo. El diseño de la investigación es no experimental, transaccional. La población de estudio quedó conformada por los treinta (30) gerentes pertenecientes a las empresas mixtas del sector petrolero activas en la costa oriental del lago, Estado Zulia. La técnica de recolección de datos fue encuesta, apoyada en un registro de información en cuestionario con 15 ítems con escala múltiple, sometido a la validez de contenido por 5 expertos; la confiabilidad fue comprobada por la fórmula de Alpha Cronbach con un nivel de 94% de fiabilidad. En cuanto a la interpretación de los datos, se recurrió al cálculo de estadística inferencial. En líneas generales, los resultados indicaron significativa presencia de elementos de la responsabilidad social en las empresas estudiadas. Se concluye que la responsabilidad social empresarial en las empresas mixtas estudiadas, está basada en los elementos de desempeño social, alianza social, inversión social y compromiso social, en búsqueda del bien común para mejorar el bienestar colectivo.

Palabras clave: Responsabilidad social; elementos de la responsabilidad social; inversión social; empresas mixtas; sector petrolero.

Recibido: 08.03.24

Aceptado: 20.08.24

* Doctora en administración. Docente investigadora Universidad de La Guajira, Colombia. E-mail: aipaz@uniguajira.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7538-1563>.

** Doctor en ciencias gerenciales. Docente investigador Institución Universitaria de Barranquilla, Colombia. Email: jesusgarcia@unibarranquilla.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3777-3667>.

*** Candidato a Doctor en ciencias políticas. Docente e investigador Universidad de la Guajira, Colombia. Email: draraujod@uniguajira.edu.co. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9250-6556>.

**** Doctora en Ciencias Gerenciales. Profesora titular investigadora Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela. Email: maribyboscán@yahoo.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4974-812X>.

Social responsibility in joint ventures in the oil sector in the State of Zulia

Abstract

The purpose of this research was to analyze social responsibility in joint ventures of the oil sector in the state of Zulia, based on its elements. The typology of the study was quantitative paradigm, positivist approach, analytical, descriptive and field research typology. The research design was non-experimental, transactional. The study population consisted of thirty (30) managers belonging to joint ventures of the oil sector active in the eastern coast of the lake, Zulia State. The data collection technique was a survey, supported by a record of information in a questionnaire with 15 multiple scale items, submitted to content validity by 5 experts; the reliability was checked by the Alpha Cronbach formula with a 94% reliability level. As for the interpretation of the data, inferential statistics were used. In general terms, the results indicated a significant presence of elements of social responsibility in the companies studied. It is concluded that corporate social responsibility in the joint ventures studied is based on the elements of social performance, social partnership, social investment and social commitment, in search of the common good to improve collective welfare.

Keywords: social responsibility; elements of social responsibility; social investment; joint ventures; oil sector.

1. Introducción

Las transformaciones experimentadas en la economía venezolana han impactado no solo en el ámbito empresarial, sino también en la sociedad en general (Miranda, 2017). Este cambio ha llevado a la implementación de iniciativas de participación voluntaria en diversos entornos como una respuesta alternativa a las necesidades y desafíos urgentes que enfrenta la sociedad contemporánea (Parra et al, 2019).

Por ello, las organizaciones, ya sean del sector público o privado, se han convertido en catalizadores de cambio a través del ejercicio voluntario de acciones destinadas a proporcionar contribuciones que ayuden a abordar

los problemas que podrían afectar la calidad de vida de las comunidades en las que operan (Hernández et al, 2020); por lo que, los procesos de trabajo vinculados a las actividades sociales les han permitido no solo adentrarse en una perspectiva empresarial, cuyo propósito principal es generar bienes y servicios para el desarrollo económico y la estabilidad en el sector donde ejerce su actividad económica, sino al igual convertirse en agentes de proyección social con el objetivo de construir comunidades sostenibles (Chirinos y Pérez, 2016).

Se deduce que los avances tecnológicos y la globalización, características de las últimas décadas, han relegado en ocasiones el valor

social en el entramado empresarial. En respuesta a esta situación, se reconoce la imperante necesidad de que las organizaciones establezcan principios que guíen sus acciones sociales de manera transparente y participativa. Este enfoque va más allá de la colaboración exclusiva con la fuerza laboral interna, convocando a la integración activa de los miembros de las comunidades circundantes. En este contexto, la responsabilidad social emerge como un punto de partida esencial, destacando la importancia de llevar a cabo actividades planificadas que contribuyan como aportes significativos a la sociedad, haciendo hincapié en una gestión compartida para fomentar un compromiso responsable (Lalangui-Balcázar, Meleán-Romero Acuña-Ortigoza, 2024; Ramos, 2021; Ostos, 2020).

Paz et al, (2017) sostienen que la responsabilidad social constituye una fuente distintiva para alcanzar ventajas competitivas y construir un balance ético organizacional. En este sentido, las empresas, como entidades de producción social, deben comportarse como buenos ciudadanos corporativos, basándose en principios éticos, morales, disciplina, igualdad, respeto social y ambiental (Maldonado et al, 2020, Gutiérrez et al, 2023). Este planteamiento destaca la importancia de no solo preocuparse por el desarrollo organizacional como resultado del tejido económico-financiero, sino también por la formación de la población hacia una cultura ambiental compartida (Pinzón-Castro y Maldonado-Guzmán, 2023).

Las organizaciones del sector petrolero, especialmente las empresas mixtas, han redefinido la gestión de sus actividades tradicionales, que solían centrarse en consideraciones

económicas. En la actualidad, orientan sus acciones hacia el establecimiento de compromisos destinados al desarrollo social de las comunidades en las que operan. En este marco, la responsabilidad social se presenta como una estrategia de gestión ética empresarial, integrada como parte esencial de la proyección sistémica en la base estratégica organizacional (Uribe et al, 2019). Este enfoque les permite abordar la transformación de las realidades del entorno, adoptando un enfoque social compartido y participativo.

Las organizaciones mixtas del ámbito petrolero en Venezuela reconocen la importancia de no solo cumplir con sus funciones económicas tradicionales, sino también de desempeñar un papel activo en la construcción y sostenibilidad de comunidades. La responsabilidad social se erige como una estrategia esencial, promoviendo la ética empresarial y contribuyendo a la transformación positiva del entorno social en el que operan.

En términos generales, las empresas mixtas son responsables de la gestión u omisión de sus funciones en el sector económico donde ejercen la producción de bienes o servicios. A pesar de que su objetivo central es la productividad basada en la extracción y transformación de un capital natural, hoy en día deben ser agentes gestores de la participación integral de su personal con la comunidad en el desarrollo social donde llevan a cabo su función económica.

Es importante destacar que la responsabilidad social, por sí sola, no tendría un efecto significativo si no se involucra la participación de los grupos de interés para buscar el bienestar colectivo. Esto implica la incorporación voluntaria de estos grupos al servicio

de un compromiso integral en el ámbito social, además de propiciar escenarios que despierten el interés hacia la calidad de vida del ser humano, basándose en experiencias de ideas comunitarias acordes a su contexto.

De aquí, surge el interés de los investigadores en analizar los elementos de la responsabilidad social empresarial (RSE) en las empresas mixtas del sector petrolero, específicamente en la Costa Oriental del Lago en el estado Zulia, sustentándose en transformar los hábitos sociales de esquemas tradicionales dependientes, donde la gestión social está sujeta a patrones gubernamentales, por esquemas innovadores, creativos, de participación y gestión social compartida, implicando el apoyo hacia la equidad del colectivo y partiendo de características que contribuyan a mitigar los efectos de la incertidumbre y las desigualdades en la sociedad.

Considerando además que, dentro de la responsabilidad social de este tipo de empresas, los colaboradores demuestran un compromiso significativo en el desarrollo de actividades alineadas con su misión tanto interna como externamente. Este compromiso se integra en la vida social de la empresa, fortaleciendo la responsabilidad global de la organización. Según Trinidad (2013), este compromiso está intrínsecamente vinculado a la cultura organizacional, que se moldea según los valores y principios de las personas que la componen.

Por tanto, con esta investigación donde se analiza la responsabilidad social en las empresas mixtas del sector petrolero en el Estado Zulia, se pretende contribuir en el conocimiento científico relacionado con esta temática, validando la importancia que tiene en consideración del impacto que sus operaciones generan en el ambiente desde las

dimensiones estudiadas, dejando la posibilidad de realizar estudios similares en otras regiones del país.

2. Responsabilidad social empresarial

Sierra (2013) sostiene que la responsabilidad social se presenta como una solución fundamental para abordar los problemas globales, especialmente cuando existe una participación adecuada. Se convierte así en el motor que impulsa la vida económica, política y social a nivel mundial (Boscán, 2021), destacando su impacto beneficioso, especialmente en los sectores más desfavorecidos. La responsabilidad social se fundamenta en la actuación comprometida del equipo dentro de la empresa (Castillo-Esparza et al, 2024).

Desde otra óptica, Rincón et al, (2018) y Paz et al, (2021) conceptualizan la responsabilidad social como un compromiso voluntario de todos los grupos de interés, implementando prácticas que contribuyan a mejorar las organizaciones tanto interna como externamente (Rodríguez, 2024). Esto se traduce en prácticas empresariales transparentes y beneficiosas para el talento humano, la sociedad y el medio ambiente en el cual están arraigadas (Soriano y Fong, 2024). Para Franco et al (2021), la responsabilidad social en la planificación estratégica no solo responde a un deber ético, también genera beneficios tangibles para la empresa.

De acuerdo a lo señalado, se observa que existe coincidencia en la postura de los autores en cuanto a la relevancia de la responsabilidad social en el contexto organizacional. En este sentido, para los investigadores, la responsabilidad social es una actividad

voluntaria que agrega valor, dirigida a abordar las necesidades apremiantes del entorno con la participación integral de los grupos de interés, tanto internos como externos a las empresas, basándose en principios y valores éticos que impulsan la acción por el bienestar y la calidad de vida de las organizaciones y sus entornos externos.

2.1 Elementos de la responsabilidad social

La responsabilidad social se compone de varios elementos (Añez et al, 2008), que se resumen en compromiso, voluntariado, beneficios para la sociedad, conducta ética, desempeño ambiental y adaptabilidad (Fuentes, 2008; Añez et al, 2008). Estos elementos se identifican en empresas que incorporan la responsabilidad social en sus actividades, y es notable que ni la dimensión ni el sector son determinantes para adoptarla (Espitia, 2015).

Barragán et al, (2022), y Barragán (2021), enfocan la responsabilidad social con base a los elementos del compromiso social, la voluntariedad, las alianzas sociales y la inversión social. En el ámbito del compromiso social, Fuentes (2008) lo describe como la respuesta de un ciudadano ante la realidad, tomando decisiones para vivir en comunidad de manera digna y respetuosa, especialmente apoyando a los más débiles. Santos (2010) destaca la gestión eficaz para realizar obras beneficiosas en una comunidad humanitaria, destacando el compromiso responsable de las organizaciones oficiales o estatales en la cobertura de necesidades vulnerables de la población.

Este compromiso socio-sustentable implica la integración económica-social-ambiental e

intergeneracional, asegurando armonía entre el crecimiento económico, equidad social y preservación ambiental, así como la obligación de asegurar un planeta sano para las generaciones futuras (Boscán y Sandra, 2020; Guédez, 2010). Por su parte, Añez et al (2008) vinculan la responsabilidad y el compromiso social de las empresas con el hecho de agregar valor a la sociedad, promoviendo el derecho personal, el crecimiento social y el cuidado del ambiente.

En cuanto a la inversión social, Porter y Kramer (2006) la definen como actuar más sobre las causas que sobre las manifestaciones de los problemas, enfocándose en el desarrollo social mediante la cooperación y reciprocidad. Reyno (2007) la considera un enfoque integral de la interacción entre sociedad y empresa, orientado a satisfacer las necesidades prioritarias de la comunidad y contribuir a su desarrollo, eliminando el enfoque caritativo. La inversión social responsable se concibe en la definición de recursos económicos dentro de proyectos empresariales, donde además de generar riqueza, se pretenden también iniciativas con objetivos de sostenibilidad dentro de su actividad productiva (Contreras y Carrillo, 2019).

Guédez (2010) destaca ocho principios de la inversión social, incluyendo la focalidad, la visualización de necesidades reales y potenciales, integridad, continuidad, generatividad, cooperatividad, corresponsabilidad y la sustentabilidad. De esta manera, la inversión social se percibe como una contribución activa de las organizaciones, ya sean privadas o públicas, hacia la construcción de sociedades equitativas y sostenibles.

En el ámbito de las alianzas sociales, Méndez (2003) las define como

la unión entre empresas y organizaciones para abordar asuntos específicos en beneficio de la comunidad, excluyendo intereses comerciales. La alianza social implica la creación de agendas comunes mediante la combinación de recursos, riesgos y beneficios y colaboraciones voluntarias que se construyen a través de las fortalezas y competencias de cada aliado.

Guédez (2010) señala que la inversión social es una actividad orgánica de la organización, buscando mecanismos de integración de la comunidad con la empresa. En este sentido, las empresas mixtas petroleras se involucran en alianzas sociales con otras empresas, ya sean públicas o privadas, trabajando conjuntamente por el bien común de las comunidades circundantes.

Con relación con el desempeño social, Guédez (2010) lo presenta como un sentido de identidad para las empresas, tanto a nivel organizacional como individual, generando una conexión positiva entre la empresa y la sociedad. Añez et al, (2008) lo asocian con la sostenibilidad de prácticas socialmente aceptadas, destacando la responsabilidad tanto presente como futura de las personas en su desempeño social y ambiental.

Schuler y Cording (2006) indican que el desempeño social refleja el involucramiento de una organización con prácticas de responsabilidad social, generando actitudes positivas en los empleados que perciben que su organización es sensible a los asuntos sociales. Oliveros et al (2016) destacan que va más allá de la preocupación por el impacto de las acciones de la empresa en la sociedad, centrándose en lo que las empresas son capaces de lograr al aceptar su responsabilidad

social y adoptar una filosofía de voluntad de respuesta.

Andriof et al, (2017) definen el desempeño social mediante tres aspectos: configuración de principios de responsabilidad social, procesos de respuesta a los requerimientos sociales y políticos, programas y resultados tangibles que reflejan las relaciones de la compañía con la sociedad.

De acuerdo a lo señalado, la responsabilidad social comprende una serie de elementos soportados en fundamentos sociales, entre ellos, la inversión social, el compromiso social, las alianzas sociales y el desempeño social; que, en el contexto de las empresas mixtas petroleras en el Estado Zulia, buscan establecer una relación armoniosa con las comunidades que impactan, trabajando en conjunto por el bienestar común e incluyendo en sus prácticas a los diversos grupos de interés.

3. Aspectos metodológicos

La investigación adoptó un enfoque cuantitativo que se focalizó en la descripción de hechos característicos de la variable de responsabilidad social en el contexto de las empresas mixtas petroleras venezolanas. Se utilizaron herramientas metodológicas para recopilar datos, que posteriormente se emplearon como referencia para obtener la opinión de los participantes involucrados en la situación bajo estudio.

La interpretación de los datos se llevó a cabo mediante técnicas y métodos de la estadística inferencial. Según Mejía-Rivas (2022) y Gómez (2016), el paradigma de investigación implica la elección de una perspectiva epistemológica que guía el estudio, además de reflejar la posición del investigador en relación con un punto de

vista específico con el propósito de lograr un objetivo; en este caso, se asumió el enfoque constructivista, positivista (Mejía-Rivas, 2022).

En concordancia con Miranda y Ortiz (2020), el enfoque positivista se fundamenta en la recolección y análisis de datos para responder preguntas de investigación. Este enfoque se apoya en la medición numérica y la utilización de la estadística para identificar patrones en una población. En este contexto, se recopiló información de los sujetos de la población y se evaluó el comportamiento de la variable.

Respecto al propósito de la investigación y su objetivo general, se tipificó como un estudio descriptivo (Díaz y Calzadilla, 2016), donde se caracterizaron los elementos de la responsabilidad social, apoyándose en técnicas y métodos metodológicos para alcanzar los objetivos específicos, utilizando un diseño de investigación no experimental, transversal y de campo, dado que los datos recabados no se manipularon y se tomaron en un único

momento.

La población de estudio estuvo conformada por 30 gerentes de Recursos Humanos y Desarrollo Social, pertenecientes a las empresas mixtas petroleras venezolanas activas a la fecha, ubicadas en el Occidente del país, en particular, en la Costa Oriental del Lago, en el Estado Zulia, tratándose como un censo.

Para la recopilación de datos, se empleó la técnica de encuesta, mediante un cuestionario de 15 ítems con alternativas de respuestas múltiples, cuya validez se aseguró con la consulta de cinco expertos en el área de investigación. Además, se calculó la confiabilidad del instrumento con una prueba piloto utilizando la fórmula de Alfa de Cronbach, obteniendo un valor del 94%, indicando muy alta confiabilidad en la medición de la variable. Los datos recopilados se analizaron con técnicas estadísticas, empleando el enfoque inferencial, bajo el análisis de rango (tabla 1).

Tabla 1
Baremo de interpretación de datos promedios

RANGOS	CATEGORÍAS
1,00 ≤ 1,80	Muy Baja responsabilidad
1,81 ≤ 2,60	Baja responsabilidad
2,61 ≤ 3,40	Media responsabilidad
3,41 ≤ 4,20	Alta responsabilidad
4,20 ≤ 5,00	Muy Alta responsabilidad

4. Responsabilidad social en empresas mixtas del sector petrolero: Resultados

Seguidamente, se presentan los resultados obtenidos con la aplicación del cuestionario. En este sentido, se

muestra en la tabla 2, elementos de la responsabilidad social, los datos de la suma de cuadrados, media cuadrática, con los puntajes alcanzados entre grupos y dentro de los grupos, como producto de la codificación de la información en el sector investigado.

Tabla 2
Dimensión: Elementos de la RSE

ANOVA de un factor					
Puntaje					
	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	43.277	3	14.426	92.225	.000
Dentro de grupos	18.144	116	.156		
Total	61.421	119			

De igual modo, la comparación de la prueba de múltiples rangos Post Hoc de Tukey revela las diferencias entre los indicadores de la dimensión Elementos de la Responsabilidad Social de la variable Responsabilidad Social, a saber; compromiso social, alianzas sociales, inversión social, y desempeño social, al mismo tiempo se destaca la homocedasticidad de las varianzas

entre los indicadores.

La tabla 2 detalla los resultados de la comparación realizada, empleando la prueba de múltiples rangos de Tukey, que ha establecido tres subconjuntos para examinar similitudes y diferencias en los comportamientos medios. El primer subconjunto destaca el indicador de desempeño social, con la puntuación más baja de 2,18.

Tabla 2
Dimensión: Elementos de la RSE ANOVA de un factor.
Subconjuntos homogéneos

Puntaje				
HSD Tukey ^a				
Factor	N	Subconjunto para alfa = 0.05		
		1	2	3
Desempeño social	30	2.1889		
Alianza social	30		3.0778	
Inversión social	30		3.2556	
Compromiso social	30			3.8667
Sig.		1.000	.307	1.000

Se visualizan las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Utiliza el tamaño de la muestra de la media armónica = 30.000.

En el segundo subconjunto se encuentran los indicadores de alianza social, con un promedio de 3,07, e inversión social, con una media de 3,25. El tercer subconjunto incluye el indicador

de Compromiso social, con una media de 3,86. Este análisis ha revelado diferencias altamente significativas entre el indicador de desempeño social y los indicadores de alianza social, inversión

social y compromiso social, señalando discrepancias sustanciales entre estos aspectos según la percepción de la población objeto de estudio.

El posicionamiento del indicador de compromiso social en la tabla refleja la preferencia expresada por los encuestados, sugiriendo que este constituye el aspecto más destacado que debe considerarse en la gestión de la responsabilidad social. Los resultados obtenidos de los elementos de la responsabilidad social indican que las empresas mixtas en el sector petrolero en la Costa Oriental del Estado Zulia muestran una identificación moderada con la inclusión de la responsabilidad social en sus actividades, sin que la dimensión ni el sector sean factores determinantes para adoptarla.

Los promedios de los indicadores sitúan al desempeño social en la categoría de análisis baja, Alianza e inversión sociales en la categoría moderada y Compromiso social en la categoría alta. Estos resultados reflejan la tendencia de las opiniones de los informantes, quienes perciben niveles bajos, moderados y altos de elementos de la responsabilidad social, respectivamente, en las empresas mixtas del sector petrolero, en la Costa Oriental del Estado Zulia.

Estos hallazgos revelan contradicciones en los criterios de los informantes, quienes consideran que los elementos de la responsabilidad social están en concordancia moderada con la definición propuesta por Ramos (2021), quien aporta que estos persiguen crear una conciencia del comportamiento y

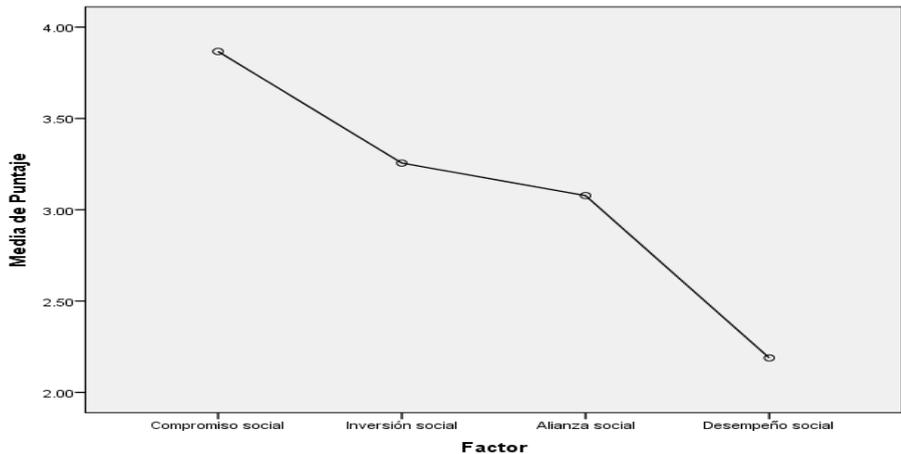
las acciones destinadas a la mejora continua de las acciones sociales, siendo elementos clave que permiten que una empresa aumente su competitividad y satisfaga las expectativas tanto de todos los participantes (stakeholders) como de la sociedad en su conjunto, manteniendo el respeto por la dignidad humana, la comunidad y el medio ambiente (García et al, 2021).

El análisis del indicador de desempeño social muestra una media baja, en contraste con la afirmación de Guédez (2010) sobre el papel del desempeño social responsable en la identidad y auto apreciación de las empresas. En cuanto al indicador de alianza social, los resultados muestran una media moderada, en línea con la perspectiva de Méndez (2003) sobre la unión entre empresas y organizaciones para actividades de interés general. El indicador de inversión social presenta una media moderada, coincidiendo con la idea de Reyno (2007) y Bom (2021) sobre su enfoque integral y orientación hacia el desarrollo sostenible.

Por último, el indicador de compromiso social muestra una media alta, en consonancia con la noción de Santos (2010) sobre la gestión eficaz para realizar acciones beneficiosas en una comunidad. El gráfico 1, ilustra las tendencias de las opiniones expresadas por los sujetos, destacando los promedios de cada indicador de la dimensión de elementos de la responsabilidad social en orden descendente según la preferencia de los gerentes en el contexto investigado.

Gráfico 1

Medias para la Dimensión: Elementos de la responsabilidad social



Observando que de los elementos de la RSE prevalece el compromiso social, seguido por la inversión social, luego la alianza social ubicando en el estudio el desempeño social en cuarto lugar.

5. Conclusiones

Al analizar la responsabilidad social en las empresas mixtas petroleras, en la Costa Oriental del Lago, Estado Zulia, con base en sus elementos, se evidenció la implementación de acciones destinadas a mejorar la convivencia en la comunidad mediante la realización de obras benéficas, aunque sin la debida consulta a la misma. Además, se resalta la posibilidad de incentivar la participación de todos los grupos de interés en actividades comunitarias, incluyendo a personas desfavorecidas, como parte integral de la responsabilidad social corporativa.

Por otro lado, se conocen las expectativas de la comunidad

con relación a la evaluación del comportamiento socio ambiental como resultado de la gestión empresarial. Este enfoque implica la aplicación de correctivos destinados a fortalecer la gestión social mediante el desarrollo de mecanismos de acción que involucren no solo a los colaboradores de las empresas en estudio, sino también a los miembros de las comunidades.

El propósito es garantizar tanto el bienestar como la calidad de vida del colectivo en su entorno, estableciendo alianzas con entidades gubernamentales y otras empresas de interés, pudiendo estas colaboraciones estar diseñadas para trabajar de manera conjunta en la sostenibilidad de un desempeño social eficiente y eficaz, que coadyuve a gestar el bien común desde la sinergia empresa-comunidad y viceversa.

En líneas generales, la investigación revela la implementación de acciones concretas en el ámbito comunitario, desde la base de los

elementos de la responsabilidad social; en este sentido, se destaca la importancia de considerar las expectativas de la comunidad y de corregir las prácticas empresariales para fortalecer la gestión social. Con la participación de diversos grupos de interés y la búsqueda de alianzas estratégicas, se posicionan como elementos esenciales para lograr un desempeño social que contribuya a la sostenibilidad y al bienestar colectivo.

Referencias bibliográficas

- Andriof, J., Waddock, S., Husted, B. & Sutherland, R. (2017). *Unfolding Stakeholder Thinking. Theory, Responsibility and Engagement*. 1st Edition
- Añez, S., Hernández, R., Silvestri, K., & Gómez, O. (2008). Análisis de los elementos que conforman la responsabilidad social corporativa. *Revista Arbitrada Formación Gerencial*, 7(2). Recuperado a partir de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/rafg/article/view/612>
- Barragan, C. E., Medina De Moya, F., Gomez, F., & Sierra, J. P. (2022). Responsabilidad social: una revisión sistemática para la generación de acciones voluntarias y filantrópicas. *Saber ciencia y libertad*, 17(2). <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2022v17n2.9293>
- Barragán, C. (2021).** *Responsabilidad social empresarial: un análisis basado en la literatura* [Trabajo de grado. Maestría en Administración de Empresas e Innovación, Universidad Simón Bolívar, Colombia]. <https://bonga.unisimon.edu.co/items/710e0dcc-8e07-427f-b8f1-6a1dcdd1f036>
- Bom-Camargo, Y. I. (2021). Hacia la responsabilidad social como estrategia de sostenibilidad en la gestión empresarial. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(2), 130-146. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i2.35903>
- Boscán, M. (2021). Entornos altamente cambiantes y competitivos que ofrecen diversas oportunidades para reinventarse. *Revista De Ciencias Sociales*, 27(4), 9-11. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i4.37242>
- Boscán, M., & Sandrea, M. (2020). Cambio estructural para una gestión ecoeficiente: Sector de manufacturas plásticas zulianas en Venezuela. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(92), 1617-1636. <https://doi.org/10.37960/rvg.v25i92.34285>
- Castillo-Esparza, M. M. G. C., Maldonado-Guzmán, G., & Mejía-Trejo, J. (2024). Green Business Strategy and its effect on Financial Performance: The mediating role of Corporate Social Responsibility. *Tec empresarial*, 18(2), 1–17. <https://doi.org/10.18845/te.v18i2.7134>
- Chiavenato, I. (2011). *Comportamiento Organizacional*. (2da. ed). Editorial McGraw Hill.
- Chirinos, Y. V., & Pérez, C. M. (2016). La responsabilidad social universitaria: emprendimiento sostenible como impacto de intervención en comunidades vulnerables. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 81, 91–110. <https://doi.org/10.21158/01208160.n81.2016.1560>
- Díaz-Narváez V.P., V. P., & Calzadilla-Núñez A., A. (2016). Artículos científicos, tipos de investigación y productividad científica en las Ciencias de la Salud. *Revista ciencias de la salud*, 14(1), 115–121. <https://doi.org/10.12804/revsalud14.01.2016.10>

- Espitia, A. A. (2015). La responsabilidad social empresarial (RSE) como elemento estratégico en las mipymes colombianas Ingeniería Industrial. *Actualidad y Nuevas Tendencias*, IV(14), 75-84. <https://www.redalyc.org/pdf/2150/215047422008.pdf>
- Franco, M., Espinoza, C., & Pérez Espinoza, M (2017). La responsabilidad social empresarial y su vínculo con la gestión del talento humano en las organizaciones. *Revista Universidad y Sociedad*, 9(1), 114-119. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000100016&lng=es&tling=es.
- Gallardo, E (2017). Metodología de la Investigación: manual auto formativo interactivo. Perú. https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/4278/1/DO_UC_EG_MAI_UC0584_2018.pdf
- García, J., Pizarro de la Hoz, A., Barragán, C., & Villarreal, F. (2023). Planeación estratégica para la competitividad de pequeñas y medianas empresas del sector construcción e inmobiliario. *Revista De Ciencias Sociales*, 29(2), 315-326. <https://doi.org/10.31876/rcs.v29i2.39978>
- Gómez, M (2016). *Introducción a la Metodología de la investigación científica*. Córdoba, Argentina. (2do ed). Editorial Brujas.
- Guédez, V. (2010). *Responsabilidad Social Empresarial. Visiones Complementarias hacia un modelo social*. Venezuela. Edición especial 60 años de Venancham. <https://es.slideshare.net/InformacinVirtual/libro-responsabilidad-social-empresarial-visiones-complenetarias>
- Gutiérrez, L. M., Dorantes, H., Dorantes, F. de J., & Acosta, M. A. (2023). Factores de Responsabilidad Social Empresarial en la Planificación Estratégica de las Pymes Mexicanas. *Revista Venezolana De Gerencia*, 28(102), 734-750. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.28.102.18>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014) *Metodología de la Investigación*. (6ta ed). Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A.
- Hernández-Sampieri, R & Mendoza, C (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Editorial Mc Graw Hill Education.
- Lalangui-Balcázar, M. I., Meleán-Romero, R. A., & Acuña-Ortigoza, M. (2024). Liderazgo ético y responsabilidad social en las empresas bananeras del Ecuador, provincia de El Oro. *INNOVA Research Journal*, 9(2), 102–116. <https://doi.org/10.33890/innova.v9.n2.2024.2521>
- Maldonado, G., Pinzón, S. Y., & Alvarado, A. (2020). Responsabilidad Social Empresarial, Eco-innovación y Rendimiento Sustentable en la Industria Automotriz de México. *Revista Venezolana De Gerencia*, 25(89), 189-212. <https://doi.org/10.37960/revista.v25i89.31394>
- Mejía-Rivas, J. (2022). Los paradigmas en la investigación científica. *Revista Ciencia Agraria*, 1(3), 7–14. <https://doi.org/10.35622/j.rca.2022.03.001>
- Méndez, Ch. (2003). *Responsabilidad Social de Empresarios y Empresas en Venezuela durante el siglo XXI Venezuela*. Editorial Strategos Consultores.
- Miranda, S., & Ortiz, J. A. (2020). Los paradigmas de la investigación: un acercamiento teórico para reflexionar desde el campo de la

- investigación educativa. *RIDE revista iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*, 11(21). <https://doi.org/10.23913/ride.v11i21.717>
- Miranda, R. (2017). Industrialización y desindustrialización en Venezuela. Un análisis histórico. *Ensayos de Economía*, 27(50), 87-101. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2619-65732017000100087&lng=en&tlng=es.
- Oliveros, M. (2016). El balance social como herramienta de responsabilidad social empresarial: una Aproximación teórica. *Sapientia Organizacional*, 3(6), 93-106. <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/sapientia/artic/view/7826>
- Ormaza, A., Ochoa, J., Ramírez, F., y Quevedo, J. (2020). Responsabilidad social empresarial en el Ecuador: Abordaje desde la Agenda 2030. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, vol. XXVI, núm. 3. <https://www.redalyc.org/journal/280/28063519009/html/>
- Ostos, J., & Hamann, A. (2020). Responsabilidad social empresarial y el desempeño financiero en las mejores empresas para trabajar de un mercado emergente. *Revista de la Universidad del Zulia*, 11(31), 160–181. <https://doi.org/10.46925//rdluz.31.12>
- Parra, M., Visbal, O., Duran, S. E., & Badde, G. (2019). Calidad de la comunicación y actitud de los empleados ante procesos de cambio organizacional. *Interdisciplinaria*, 36(1), 155-170. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1668-70272019000100011&lng=es&tlng=es.
- Paz, A., Sánchez, J., Magdaniel, Y., & Robles, C. (2017). Estrategias de la Responsabilidad Social Acción Voluntaria en la Universidad de la Guajira. *Desarrollo gerencial*, 9(1), 126. <https://doi.org/10.17081/dege.9.1.2729>
- Paz, A., Acevedo, A. y Romero, B. (2021). La sustentabilidad como principio de responsabilidad empresarial frente los ecosistemas naturales. *Revista de Filosofía*, 38 (99), 190 – 210. <https://doi.org/10.5281/zenodo.5644368>
- Pinzón-Castro, S. Y. y Maldonado-Guzmán, G. (2023). Efectos de la cultura sustentable en la RSE y el desempeño financiero en la industria manufacturera. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 13(26), 191-203. <https://doi.org/10.17163/ret.n26.2023.01>
- Porter, M., y Kramer, M. (2006). *Estrategia y sociedad*. Harvard Business School Publishing Corporation- América Latina.
- Ramos, P. (2021). Elementos de responsabilidad social empresarial y mercadotecnia social para la reputación corporativa e impacto en el branding. *RECAI Revista de Estudios en Contaduría, Administración e Informática*, 10(27). <https://www.redalyc.org/journal/6379/637968303001/html/>
- Reyno, M. (2007). *Responsabilidad social empresarial (RSE) como ventaja competitiva*. [Tesis de grado Universidad Técnico Federico Santa María]. Chile. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2008c/436/>
- Rincón, Y., Montoya, D. & Vélez, P. (2018). Estrategias de Responsabilidad Social Empresarial en organizaciones del sector construcción en Medellín. *Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 8(16), 79-94. <https://10.17163/ret.n16.2018.06>
- Rodríguez, A. S. (2024). Responsabilidad

- social empresarial y el marketing sostenible: una ruta hacia el desarrollo sustentable. *Revista Venezolana De Gerencia*, 29(107), 1059-1071. <https://doi.org/10.52080/rvgluz.29.107.4>
- Schuler, D. A. y Cording, M. (2006). A corporate social performance–corporate financial performance behavioral model for consumers. *Academy of Management Review*, 31(3), 540–558. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.21318916>
- Sierra, J. (2013). *Principios de la responsabilidad social*. Editorial Hipertexto. LTDA.
- Soriano, L., & Fong, C. (2024). La responsabilidad social empresarial y los determinantes en el vínculo con el desempeño financiero en Pequeñas y Medianas Empresas en México. *Revista Universidad y Sociedad*, 16(2), 232-243. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202024000200232&lng=es&tlng=es.
- Trinidad, P. (2013). La responsabilidad social empresarial. Beneficios para la sociedad y la empresa. Blog del Programa Master Executive en Dirección de Empresas Tecnológicas e Industriales. República Dominicana. <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/page/111/>
- Uribe, C. M., Granobles Torres, J., García Guilianny, J., & Hernández Téllez, Y. (2019). Responsabilidad social de las empresas carboníferas: percepción de los pobladores del municipio Chiriguana, Colombia. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(87), 635-653. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i87.24629>