

IMPLICACIONES, ALCANCES Y LÍMITES DE LA ACCIÓN SOCIAL DE LAS EMPRESAS PYMES

IMPLICATIONS, SCOPE AND LIMITS OF THE ENTERPRISES' PYMES SOCIAL ACTION

Recibido: 13 de septiembre de 2010/Aceptado: 30 de noviembre de 2010

CARMEN ALICIA ALGARÍN BLANCO*
Universidad Simón Bolívar, Barranquilla – Colombia

Keywords:

Corporate Social Responsibility, Human talent management, Environment, Responsible social behavior, Competitiveness, Sustainability, Opening, change.

Palabras clave:

Responsabilidad social empresarial, Gestión del talento humano, Medio ambiente, Comportamiento social responsable, Competitividad, Sostenibilidad, Apertura, Cambio.

Abstract

In the Small and Medium Enterprises (PYME), the issue of social responsibility is new and unclear. This fact does not allow us to visualize it as a factor for competitiveness and sustainability; therefore, it causes fear and rejection, demanding reorganization in its current management model. To provide tools that promote a social responsible action into the PYME Enterprises, there is a program posed as a strategy in order to strengthen human talent management, the area responsible for sustainable human development, therefore, a basic aspect of corporate social responsibility. A training program was carried out, articulating theoretical and practical elements that would encourage a self participative diagnosis, as well as making managers aware of this need; after a change of perception and a process of opening, trust and respect towards it.

Resumen

En la Pequeña y Mediana Empresa (PYME), el tema de la responsabilidad social es incipiente y poco claro. Esto impide visualizarlo como factor de competitividad y sostenibilidad, y genera temor y resistencia, pues en últimas exige replantear su actual modelo de gestión. Con el fin de proporcionar herramientas que promuevan la acción social responsable al interior de estas empresas, se planteó como estrategia un programa encaminado a fortalecer la gestión del talento humano, área responsable del desarrollo humano sostenible y, por tanto, un aspecto básico de la responsabilidad social empresarial. Concretamente, se ejecutó un programa de capacitación articulando elementos teórico-prácticos que estimularan un autodiagnóstico participativo y que, además, sensibilizara a un grupo de pequeños empresarios frente al tema, en pos de un cambio de percepción y un proceso de apertura, confianza y respeto hacia el mismo.

* Docente investigadora y miembro del Grupo Gestión Organizacional de la Universidad Simón Bolívar de Barranquilla, Colombia. Email: calgarin@unisimonbolivar.edu.co

INTRODUCCIÓN

Enmarcada en diferentes ópticas interpretativas, la responsabilidad social es un tema que ha venido adquiriendo relevancia y protagonismo a partir de la agudización y complejidad de las problemáticas sociales, que exigen una acción social responsable por parte de las diferentes instancias de la sociedad, así como el replanteamiento de una serie de valores y posiciones frente a su quehacer y del rol que juegan a su interior. ¿Cuál es y cuál ha sido la postura básica de la organización empresarial frente al tema?, ¿ante quién se es responsable y cuáles son esas responsabilidades?, son interrogantes que afloran al momento de reflexión.

El desarrollo del tema, en términos empresariales, incorpora la legitimidad de la empresa en el marco de un planteamiento ético y filantrópico que trasciende el cumplimiento de las leyes y la obtención de beneficios, fortaleciendo así el nuevo sentido e interpretación a la naturaleza de la práctica socialmente responsable. Así lo refrenda la Comisión Europea, para quien la responsabilidad social es un compromiso voluntario de carácter estratégico e innovador que excede el cumplimiento legal y obliga a las empresas a incorporar criterios sociales y ambientales en sus procesos de gestión. Tal exigencia de comportamiento responsable corresponde a todo tipo de empresas, desde las PYME hasta las multinacionales, incluidas microempresas y cooperativas, e incluye la dimensión interna y externa que esta supone (Aguirre Sádaba y otros, 2009).

La esencia de la responsabilidad social es la existencia de libertad y voluntariedad (Navarro García,

2008) y la responsabilidad moral es exigible cuando para bien o para mal, las decisiones que se adoptan afectan a otras personas.

Perdiguero y García (2005), al analizar las prácticas sociales y ambientales de las empresas, contrastan lo observado entre el despliegue económico de la década de los 90 que benefició a un reducido grupo de directivos, técnicos y profesionales cualificados y tuvo unas repercusiones globales negativas en las que muchos trabajadores se vieron desmejorados por la implementación de políticas de despido masivo, disminución de salarios, beneficios y derechos sociales, hecho que desencadenó una progresiva desestabilización de los equilibrios sociales y económicos básicos, suscitando un fuerte rechazo hacia las prácticas socio-ambientales de las empresas. Surge entonces la necesidad de un nuevo modelo de competitividad que señale a las empresas la responsabilidad sobre el impacto económico, social y ambiental de sus decisiones, exigiéndoles una actitud acorde con los valores y demandas ciudadanas.

Esa demanda social por las actuaciones inmorales de las empresas, es para Martínez H. (2005) el origen de la preocupación por la ética empresarial, sobre todo después de la segunda mitad del siglo XX, siendo los años 70 los más críticos y de más firmes cuestionamientos. Justo hacia esta época se planteó la reformulación de la responsabilidad social de la empresa; pero es en la década de los 80 que el tema de la ética empresarial se posiciona, consolidándose en 1985 como especialidad disciplinar.

El informe para la 96ª reunión de la Conferen-

cia Internacional del Trabajo (2007), estructurado como una contribución al debate internacional sobre la promoción de la empresa, subraya la importancia de esta como fuente de crecimiento y empleo y reconoce el papel del sector privado para enfrentar los desafíos en materia de desarrollo y empleo. Señala además que la promoción de empresas sostenibles precisa fortalecer las instituciones y los sistemas de administración que enmarcan la actividad empresarial, estableciendo nuevas modalidades de cooperación entre gobierno, empresa y sociedad.

En el ámbito de las pequeñas empresas, la responsabilidad social es un tema controvertido con diferentes niveles de sensibilidad y ópticas interpretativas. Para algunos, el gasto social solo se justifica si no reduce las utilidades; para otros, el gasto social es adecuado, incluso si es costoso. Un estudio respecto a la orientación social de pequeños y grandes empresarios encontró directores ejecutivos y empresarios de pequeños negocios más interesados en aspectos económicos y con menos orientación social que los grandes empresarios. Al parecer, la supervivencia es su prioridad, y apoyar la responsabilidad social corporativa es un lujo que no pueden darse (Longenecker, Justin y otros, 2001).

Castillo Clavero (citado por Aguirre Sádaba, 2009) estima que el verdadero contenido de la responsabilidad social de la empresa radica en la integración de sus propias finalidades y las de la sociedad, considerando los valores sociales y su incorporación a la actividad empresarial que le es propia.

Tres grandes programas internacionales son reco-

nocidos como promotores de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE): El Pacto Mundial de las Naciones Unidas, promoviendo buenas prácticas de RSE en las empresas del mundo, ajustadas a valores y objetivos internacionalmente aceptados; el programa basado en el Libro Verde de la Unión Europea, que condensa nueve grandes principios relativos a derechos humanos, estándares laborales y medioambientales y las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales (Aguirre Sádaba y otros, 2009). La fundamentación central es la incorporación de los diez principios universales, proveyendo un marco general para el fomento del desarrollo sustentable y la responsabilidad cívica de empresas comprometidas y creativas.

RSE y competitividad

Hoy, la responsabilidad social empresarial es un factor de competitividad no solo entre las propias empresas, sino entre países que buscan posicionarse en nuevos bloques comerciales. Confianza del mercado, reputación, fidelidad y una imagen positiva frente a la sociedad, son los ingredientes claves para la permanencia de la empresa en el mercado y el éxito a largo plazo, siendo su eje una coherente acción social responsable. En este sentido, Porter (2009) propone que ofrecer valor social se está convirtiendo en un imperativo para cualquier organización que busque fomentar el bien público, siendo importante comprender cómo ser competitivo en un negocio determinado, pues esto cimentará la construcción de otras decisiones. Por su parte, Sanguino (2006) plantea que competitividad y creación de valor son conceptos de marcada fuerza en todos los ámbitos, por lo que toda organización precisa de estrategias para

ofrecer valor a sus clientes y todas han de competir para aportarlo.

Mejía G. y Bravo C. (2010) señalan a la competitividad como principal meta de los sistemas organizacionales y la definen como el resultado de la interacción de múltiples factores internos y externos, entre los que se cuentan los recursos humanos y la orientación hacia el entorno. Expresan además que el Foro Económico Mundial, entre los ocho factores sugeridos para la generación de ventajas competitivas, incluye la calidad del recurso humano. Otro factor incluido es el denominado Desarrollo Social, referido a la capacidad de agentes civiles de la sociedad y del gobierno para el diseño, ejecución y evaluación de programas sociales que promuevan un desarrollo sostenible con más equidad.

Con el objeto de definir áreas críticas del negocio y el diseño de herramientas de gestión con indicadores de desempeño ambiental y social, tres entidades internacionales (OEA, CEPAL, YABT) desarrollaron el proyecto “Promoción de la Responsabilidad Social Corporativa en Pequeñas y Medianas Empresas en América Latina y el Caribe”, conscientes del significativo papel de este segmento empresarial, no solo para la generación de empleo y posibilidades de crecimiento económico en América Latina, sino por el impacto relevante sobre el medio ambiente. Previamente, adelantaron procesos de asistencia técnica, investigaciones y estudios tendientes a mostrar los beneficios de una gestión empresarial más responsable en términos ambientales y sociales, como mejoras en las condiciones de empleo, salud, seguridad y reducción de impactos ambientales (Correa, Van Hoof & Núñez, 2010).

En un artículo sobre responsabilidad social corporativa, la Revista *Intelligence & capital news report* (2010) hace referencia tanto a las dificultades como al apremio de las PYME para asumir la implantación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), en la medida en que, por un lado, la crisis económica atenta contra su supervivencia y, por otro, la sostenibilidad, en rango de derecho, presiona por una continua y coherente política de responsabilidad social. El mismo artículo menciona cómo en España, respaldadas por guías y recomendaciones técnicas de diferentes organismos e instituciones, las PYMES han comenzado a familiarizarse con el concepto, estimuladas, además, por la promoción adelantada en el tema. En ese país, entonces, cerca de 900 PYMES cuentan ya con su memoria de responsabilidad social corporativa.

Con el objetivo de implantar la RS como factor de competitividad, Frederick (2003) convocó a países como Perú, El Salvador, Brasil y Chile a trabajar en el programa denominado “Promoción de la Responsabilidad Social en la Región”; el cual fue desarrollado por Forum Empresa, red de organizaciones empresariales de RSE del continente en cooperación con el Banco Interamericano de Desarrollo, BID y la Organización de Estados Americanos, OEA.

El proyecto de Frederick involucró más de 300 grandes empresas, 200 PYMES y 150 consultores capacitados. También desarrolló diez instrumentos de promoción de la RSE, permitiendo contar a la fecha con más empresas sensibilizadas y más capital humano capacitado. Un producto del proyecto fue un manual y una guía con pasos, formas y contenidos para capacitación en el

tema de la RSE; lo cual se consideró como una buena oportunidad para introducir el tema, construir agendas y presentar casos y experiencias en espacios de conversación entre ejecutivos y directores de empresas.

Asimilar la nueva cultura solidaria es un desafío; pero más aún lo ha de ser, para el pequeño empresario la superación del temor al cambio y su actitud reticente frente a la nueva perspectiva de la gestión empresarial. De allí que, movilizar su atención e inducirlo a un proceso de apertura frente al tema, resulta todo un propósito desde la academia, que así puede dar respuesta a la necesidad de dichas empresas de contar con una herramienta que oriente la gestión y aplicación de prácticas socialmente responsables. Y nada mejor para hacerlo que en el escenario de la gestión del talento humano, dado que el desarrollo humano sostenible es precisamente uno de los aspectos básicos de la RSE, aunque, de manera paradójica, esta también es el área más débil en las PYMES.

RSE en Colombia

El tema de lo social es de vieja data en las empresas colombianas. Marco en el que se ha pasado por estadios que incluyen desde un enfoque caritativo, pasando por uno de inversión social, hasta la denominada filantropía estratégica. Específicamente, en lo que a RSE se refiere, los últimos años han sido propicios a su despliegue. Fundaciones, corporaciones, ONGs y el sector privado han contribuido a ello, al igual que el sector académico, representado en particular por las Universidades Externado de Colombia, Norte, Andes y Luis Amigó, que ofertan talleres, seminarios, congresos y programas de especialización. Por otra parte, se han originado espacios

de divulgación del quehacer empresarial en la materia como las tertulias de RCN en sectores y regiones estratégicas. Otra importante iniciativa fue la puesta en marcha del modelo Región Socialmente Responsable en el 2008 para la introducción del concepto de RSE como herramienta para el desarrollo mediante la acción articulada de empresarios, gobierno y organizaciones sociales de una región.

La Guía Técnica Colombiana en Responsabilidad Social (1997), elaborada por el Comité Técnico 180 de ICONTEC, fue otra de las iniciativas mediante la cual se proporcionaron directrices para la incorporación del enfoque responsable a las organizaciones, herramienta adaptable a la realidad de las PYME.

Revisando lo actuado, se observa en el país la tendencia de las grandes empresas a desarrollar sus acciones socialmente responsables a través de fundaciones, cuyas labores se enfocaron inicialmente en programas sociales, que paulatinamente se integraron a la cadena de valor, logrando mayores impactos. Como casos representativos se puede contar en principio El Cerrejón, empresa carbonífera que creó un sistema de fundaciones desde 2007 para adelantar tareas en favor de las comunidades guajiras. Entre sus ejes de trabajo se cuenta: Comunidades indígenas, desarrollo empresarial y emprendimiento, agua y fortalecimiento institucional. Anualmente elabora un informe de progreso (COP) en el que comunica a sus grupos de interés los avances en la implementación de los diez principios del pacto global.

Por su parte, Empresas Públicas de Medellín, EPM, creó la fundación EPM a través de la cual cumple

su compromiso social y promueve el desarrollo comunitario; ciencia, cultura y tecnología, son sus grandes pilares de proyección ciudadana. Una acción representativa en esta entidad es el Fondo EPM para la Educación Superior, que apoya a 250 jóvenes de 124 municipios del departamento de Antioquia destacados en los puntajes ICFES.

Bavaria, conglomerado industrial de bebidas, concibe, de otro lado, la RSE como la práctica gerencial que integra aspectos centrales de su negocio y aquellos que los trascienden. Su foco de actuación primordial es la generación de empleo, apoyo al deporte con énfasis social, actuación en comunidades aledañas a sus plantas, programas en sus plantas de producción para reducir los impactos ambientales adversos y apoyos en educación y cultura.

RSE y PYMES en Colombia

Un estudio realizado por la Universidad Javeriana (2007) en 150 PYMES colombianas muestra que su primera preocupación de RSE está orientada a incrementar el bienestar de sus empleados; de tal modo que solo una tercera parte se preocupa por lo medioambiental. Destacan la escasez de recursos financieros entre las razones para no adelantar este tipo de acciones. Otra causa aducida por una cuarta parte de estas PYMES es que no son actividades relacionadas con la empresa. Las encuestas revelan además, que las actividades adelantadas son más que todo de tipo filantrópico, aspecto muy relacionado con la idiosincrasia del país, según la cual las empresas patrocinan eventos deportivos y culturales en particular.

Según cifras del CINSET (Corporación para la Investigación Socioeconómica y Tecnológica de Colombia), actualmente existen cerca de 800 empresas en diferentes regiones que, con el apoyo de ACOPI y en pos de una sensibilización frente al tema, están implementando la RSE al interior de ellas. No obstante, el compendio de investigaciones y estudios de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Facultad de Ciencias Administrativas (2009), muestra un estudio adelantado por Harvey Ferrer entre 2004 y 2006 acerca de la caracterización de las PYMES manufactureras en Bogotá, compendio en el que se señala la carencia a nivel oficial de información estadística especializada sobre el número de estas que operan en el país, los sectores en que se agrupan a nivel local o regional, su oferta exportadora, etc. Todo ello, sumado a las imprecisiones en la información financiera y contable, limita la elaboración de diagnósticos que permitan a la academia, al Estado y al sector privado, diseñar políticas adecuadas para impulsar su desarrollo.

Un estudio diagnóstico acerca del estado de la acción socialmente responsable en las PYME de la ciudad de Barranquilla, adelantado por la Universidad Simón Bolívar y las directivas de ACOPI Atlántico (2008), permitió conocer que este es un tema incipiente, con escaso valor o prioridad corporativa, el cual, aun en las grandes empresas, ha debido cumplir un desarrollo dinámico hasta lograr el proceso avanzado que muestran algunas de ellas. Al respecto, un punto crítico asociado es la visualización y administración del talento humano integrado a dichas empresas.

Por un lado, el tema resulta aprehensivo y algo escabroso para el empresario de una PYME, al confron-

tarlo con las prácticas y concepciones cortoplacistas y utilitaristas con que hasta el momento ha concebido y manejado su empresa. Pero, por otro, representa una oportunidad y un reto para incursionar en una visión de negocio sustentable y competitivo, acorde con la dinámica del mundo actual, caracterizado por la globalización, los procesos de cambio permanentes y la emergente valoración del conocimiento como capital intelectual y fuente de ventaja competitiva.

La RSE impacta positivamente a los empleados

Como ya se ha dicho, el desarrollo de las personas en la organización constituye el primer contexto de responsabilidad social, por tanto, resulta clave promoverlo. En este sentido, el Comité para el Desarrollo Económico de las Naciones Unidas (2007), en su informe sobre el debate de las responsabilidades sociales de las organizaciones empresariales, describe los compromisos sociales de la empresa, ubicando como segundo grupo las denominadas de prioridad social, que incluyen en específico las relaciones laborales y la protección de accidentes, entre otras.

La necesidad de acercar la dimensión humana a la productividad y la competitividad fue subrayada en el informe para la 96ª reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo (2007). Prácticas adecuadas en el lugar de trabajo, seguridad económica y niveles de vida dignos, una dirección que valore a sus trabajadores, equilibrio entre la vida laboral y familiar, etc. fueron señalados como factores fundamentales en la creación de un lugar de trabajo eficaz y productivo. Resultados similares arrojó un estudio de los estados miembros de la Unión

Europea, adelantado en empresas manufactureras de Sri Lanka, al mostrar cómo el desarrollo del talento humano y la creación de una fuerza de trabajo comprometida generan mayor impacto en la productividad que en el desarrollo del “sistema técnico”. Una encuesta de trabajadores alrededor del mundo (2010) también reveló resultados en el mismo sentido, al mostrar cómo empresas con mejor RSE tienen trabajadores más motivados y comprometidos. Lo más relevante sobre este particular fue la efectividad de programas de RSE en el incremento del compromiso de los trabajadores, independientemente de su edad y nivel de responsabilidad en la empresa, manteniéndose aún en momentos de dificultad y austeridad económicas.

RSE en América Latina

La importancia y trascendencia del tema en la región se refleja en el sinnúmero de organizaciones públicas y privadas, organismos de cooperación y asociaciones empresariales comprometidas en su impulso y consolidación: Cumbre de las Américas (1994), FORUM empresa (2009), el Pacto Mundial sobre Responsabilidad Social (2000), Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial, CCRE (1994), Red Iberoamericana de Ética Empresarial y de las Organizaciones (impulsada en 1999), así como en las acciones, debates y pronunciamientos que desde distintos frentes e instancias, se adelantan en el mismo sentido.

En su último encuentro (noviembre de 2009), la Cumbre de las Américas planteó el tema de la sostenibilidad ambiental como uno de los desafíos más apremiantes para asegurar el futuro de los ciudadanos. El

desarrollo socioeconómico y la protección del medio ambiente fueron considerados pilares interdependientes en el desarrollo sostenible.

Otra importante instancia la constituye FORUM empresa, alianza hemisférica de organizaciones basadas en la RSE y compañías asociadas. Su tarea específica es la promoción, activación y fortalecimiento del rol socialmente responsable de las empresas en el mundo, confirmando apoyo y acompañamiento a empresas de cualquier país o región que trabajen en tal sentido. Su último informe de gestión de 2009 muestra una percepción positiva de los ejecutivos en el avance de sus empresas, destacando la relación con sus trabajadores. Hacen parte de esta red organizaciones de 18 países entre los que se cuentan: Fundación del Tucumán (Argentina), Instituto Ethos (Brasil), COBORSE (Bolivia), CECODES (Colombia), CBSR (Canadá), BSR (Estados Unidos) y DERES (Uruguay).

En Colombia, el Centro Colombiano de Responsabilidad Social Empresarial, CCRE, creado en 1994, trabaja en la construcción de sistemas de gestión en RSE y ética en las organizaciones; ofrece cursos virtuales de responsabilidad social para quienes lideran tales asuntos al interior de las empresas, integrando elementos socio-culturales, así como materiales históricos, afectivos e intelectuales en procura de una adecuada cultura ambiental ciudadana.

En Guatemala, el Centro para la acción de la Responsabilidad Social Empresarial CentraRSE (2007) y el Comité Coordinador de Asociaciones Agrícolas, Comerciales, Industriales y Financieras, CACIF, en alianza

estratégica, vienen adelantando un trabajo mancomunado en pos del crecimiento económico de las empresas de ese país, siendo el tema de RSE, el hilo articulador; mientras CentraRSE facilita la comprensión y aplicación del tema, CACIF delinea las estrategias sociales, políticas y económicas que apoyen el crecimiento competitivo de las empresas. En cuanto al talento humano, CentraRSE considera que este representa la mejor inversión de la empresa a largo plazo al constituir su principal activo y determinar, en última instancia, el éxito o fracaso del negocio; por tanto, impulsar su desarrollo debe ser el primer paso estratégico de la acción social responsable (2007).

Una mirada del panorama que muestra la responsabilidad social en Chile la ofrece el resumen del documento sobre RSE (2002). Allí se comenta la conciencia que representantes de los diferentes sectores de la sociedad han ido adquiriendo en relación con el tema ambiental y la responsabilidad que les compete, siendo clara su inclusión en las políticas corporativas empresariales relacionadas con el desarrollo integral de sus trabajadores, el cuidado del medio ambiente y comunidades aledañas, entre otras.

El mismo documento, en otro de sus apartes, se refiere al impacto de la acción socialmente responsable de las empresas sobre la sociedad chilena, cuyos consumidores, cada vez más versados en el tema, determinan la elección de un producto en función de calidad, precio y la acción social cumplida por la entidad. Una encuesta a consumidores mostró, en efecto, que una empresa vende más si es socialmente responsable y la condición para declararla como tal es que, en primer lugar, evidencie

preocupación por la calidad de vida de sus trabajadores (92%) y, en segundo lugar, preocupación por el medio ambiente (79%), por lo que el impacto de la RSE constituye una importante variable competitiva.

RSE y academia

La academia juega un importante rol en la sensibilización y posicionamiento de la acción social responsable dentro del contexto empresarial, puesto que ella debe ponderar el carácter social del saber científico-técnico y el aporte pedagógico e investigativo para la conceptualización, capacitación y la construcción de competencias ciudadanas y liderazgo requeridos por el problema.

La Pontificia Universidad Católica de Valparaíso (PUCV) creó en el año 2001 el programa “Vincular”, primera iniciativa universitaria chilena dedicada al desarrollo de consultorías, formación de competencias e investigación en RSE; esta y otras trece universidades integran, además, la red Universidad Construye País, un programa de responsabilidad social universitaria patrocinado por Fundación Avina.

La Red Iberoamericana de Ética Empresarial y de las Organizaciones, impulsada en 1999 por la Fundación Etnor para la Ética de los Negocios y de las Organizaciones (España), junto a la Pontificia Universidad Javeriana y la Fundación Social Colombiana, actúan como punto de enlace para las organizaciones que, desde España e Iberoamérica, centran su acción en el estudio, investigación, difusión e intercambio de conocimientos y experiencias en el ámbito de la ética empresarial y organizacional. Por su parte, PENSAR, Instituto de Estudios

Sociales y Culturales, de la Pontificia Universidad Javeriana, apoya la realización de proyectos sociales y educativos mediante la investigación interdisciplinaria. Entre sus proyectos interinstitucionales está el Observatorio sobre Responsabilidad Social de la Educación Superior (Observatorio RSU) y el Grupo PENSAR, CTS Ciencia, Tecnología y Sociedad.

La Asociación Colombiana de Universidades, ASCUN, promueve principios de calidad académica, autonomía y responsabilidad social, considerando fundamental el desarrollo de un programa de capacitación en RS, en particular la Responsabilidad Social Universitaria, mediante foros especializados en el tema. El primero de ellos, se efectuó el 10 de marzo de 2010, y fue organizado conjuntamente con la Universidad Jorge Tadeo Lozano y el Centro Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible, Cecodes.

Como los anteriores, diversos estudios y programas académicos muestran los beneficios de estos aportes, que incluyen desde el posicionamiento corporativo, pasando por el incremento en la productividad y su positivo impacto en el rendimiento financiero. Así, KPMG de México (2002) encuestó a altos ejecutivos de las ciudades de México y Monterrey, acerca de los beneficios observados al implementar prácticas de gobierno corporativo: El 44% ve mejoras en su productividad; 39% lo observa en la imagen de integridad, al incidir en mejores calificaciones crediticias que disminuyen el costo de capital y deuda, atrae nuevos inversionistas e incrementa el precio de su acción; el 12% encuentra beneficios en la atracción y retención de talento, y solo el 5% no ve ningún beneficio.

En Colombia, la empresa CELTA S.A. (s.f.) muestra una experiencia exitosa en cuanto a la valoración de la responsabilidad social como estrategia para la competitividad. Para alcanzar competitividad y posicionamiento, esta empresa, que alguna vez fue PYME, puso su confianza en el tema, impulsando, por un lado, el departamento de gestión humana y, por otro, desarrollando una nueva visión hacia los diferentes grupos de interés que incluyó la capacitación a clientes sobre las características, utilización e impacto del producto y la distribución de los residuos reciclables como parte de la RSE. Realizó, además, una encuesta sobre clima laboral, la cual evidenció como factor de mayor incidencia a la responsabilidad social empresarial para con los trabajadores y el ambiente.

La reseña de las diferentes experiencias, estrategias y acciones de la práctica socialmente responsable muestran el sentido y significación adquiridos como componente indisoluble en la gestión de negocios y la sostenibilidad de las empresas. Este hecho no debe ser ajeno ni lejano a las PYMES, debiendo ser asimilado e incorporado en un nuevo modelo de gestión.

Por todo lo anterior, asimilar la nueva cultura solidaria será un desafío; pero más aún lo es la superación del temor y resistencia al cambio del empresario PYME y su actitud reticente frente a la nueva perspectiva de la gestión empresarial. Movilizar su mirada e inducirlo a un proceso de apertura frente al tema, surge como propósito, dando respuesta desde la academia, a la necesidad de dichas empresas de contar con una herramienta que oriente la gestión y aplicación de prácticas socialmente responsables. Nada mejor que hacerlo a través de la ges-

tion del talento humano, dado que precisamente el desarrollo humano sostenible es uno de los aspectos básicos de la RSE, aunque, paradójicamente, también suele ser el área más débil en las organizaciones empresariales, sobre todo en las empresas PYMES objeto de estudio.

MÉTODO

Utilizando la estrategia de investigación-acción, tomada del enfoque metodológico cualitativo, se abordó el proceso de intervención. Este nos pareció el enfoque adecuado puesto que, como lo plantean González y Ángeles (2006), la investigación cualitativa busca penetrar al interior de grupos o comunidades con el propósito de describir detalladamente situaciones, eventos, personas, interacciones y comportamientos, además de las ideas de los participantes, sus experiencias, percepciones, actitudes, tal como ellos los expresan y no como uno los describe.

Por otra parte, el supuesto central de la estrategia investigación-acción consiste en que la comprensión e introducción de cambios en las prácticas son medios adecuados para producir el mejoramiento en las mismas. Blaxter, Hughes & Tight (2008) señalan, en este sentido, que la investigación-acción proporciona resultados tangibles y deseados a los participantes, constituyendo un proceso de generación de conocimiento que beneficia tanto a los investigadores como a los participantes. Consideran que es un enfoque experimental y sistemático, cuyo diseño vincula el proceso de investigación con su contexto para la definición, solución y evaluación de problemas e inquietudes. De ahí su popularidad creciente entre los investigadores de Ciencias Sociales a pequeña escala.

Así, a partir de la acción directa sobre los diversos procesos y procedimientos, mediada por la revisión de elementos conceptuales, se logró un autodiagnóstico participativo, que identificó el nivel de funcionamiento, prácticas y concepciones predominantes en las empresas y sus implicaciones en la gestión administrativa. Fue un trabajo que se realizó sobre la base de evidencias aportadas por el estudio de casos puntuales acerca del funcionamiento y operatividad de un Departamento de Gestión del Talento Humano, que fueron ventilados por los capacitados. Por demás, se tomó la metodología de la investigación-acción por su acento particular en la praxis y la capacidad reflexiva de los participantes a partir de esta.

Gracias al doble rol de actor-observador, los participantes tuvieron la oportunidad de conceptualizar y aprehender de mejor forma la relación teórico-práctica y realizar las inferencias, interpretaciones y ajustes pertinentes. La inclusión del juego de roles y el análisis de casos puntuales refrendó tales acciones, constituyéndose, además, en una oportunidad para implementar instrumentos y mecanismos de gestión, así como el desarrollo de competencias y habilidades.

Participantes

La población objeto de estudio fue constituida por un grupo de empresas PYME adscritas a ACOPI, Atlántico, a saber: TRANSCOMERCIAL (Transporte de carga de servicio público por carretera); QUIMIFEX (Distribución, venta y representación de productos químicos); COSTAMATIC (Servicio de lavandería general); MEC LTDA. (Mantenimiento de equipos); LIDEMAX (Elaboración y comercialización de productos para el

aseo; FMI (Fabricación de productos de metalmecánica para el transporte y la industria y montajes industriales).

Escenario

Instalaciones de ACOPI, Atlántico.

Procedimiento

En primera instancia, se realizó un proceso diagnóstico de la realidad de las empresas en relación con los procesos y actividades involucrados en la gestión del talento humano, mediante la aplicación de una encuesta diseñada para tal efecto. Los factores categorizados en la encuesta fueron los procesos de selección e inducción, estrategias de comunicación, capacitación (diagnóstico), evaluación del desempeño, percepción de la empresa por parte de los empleados, seguridad e higiene industrial (programas preventivos, identificación de riesgos, reglamento de seguridad, etc.), procesos de gestión empresarial y plan de negocio. La idea básica era obtener una referencia sobre el nivel de operatividad de las empresas en materia de gestión humana, cotejar la información obtenida con los estándares señalados para tal efecto y obtener elementos a partir de los cuales elaborar un antes y un después del proceso de intervención a fin de estimar el impacto que este generaría.

RESULTADOS

Resultados de la encuesta diagnóstica, referidos a las acciones RSE del área interna de las empresas

Proceso de selección. En ningún caso se realiza de manera sistemática: un 75% realiza el proceso en forma

incompleta y un 25% no lo realiza.

Responsable proceso inducción. El 25% lo realiza con los parámetros requeridos; 50% lo hace de manera informal; un 25% no realiza este proceso.

Proceso de capacitación. El 92% de las empresas realiza capacitación, pero solo un 33% lo realiza de manera sistemática. Es de anotar que muchas de las acciones de capacitación adelantadas son las organizadas por instituciones como ACOPI y el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje).

Diagnóstico previo de necesidad de capacitación. El 33% de las empresas lo llevan a cabo pero no de manera sistemática, el resto lo hace de manera aleatoria e improvisada.

Reglamento de seguridad. El 67% reporta el establecimiento de normas de trabajo y conducta laboral. En general, las empresas adolecen de una clara y consistente política de seguridad y salud y, por consiguiente, de una adecuada organización interna al respecto.

Programas preventivos. Un 58% de las empresas reporta prácticas preventivas; no obstante, no responden a un programa estructurado.

Identificación de riesgos. Con un 92% de acciones en tal sentido, se observa una tendencia general hacia una cultura de prevención de riesgos. Sin embargo estos recaen sobre los más inminentes.

Programas de concienciación en seguridad. Con un 67% de actividades reportadas como conferencias, vi-

deos y películas, se deduce que es poca la evidencia de acciones de sensibilización, capacitación y entrenamiento en el tema.

Estrategia comunicación integral. Este elemento aún no cuenta en las empresas con la valoración y reconocimiento de su importancia estratégica.

Procesos de gestión empresarial. A pesar de que un 83% de las empresas reporta una estructura de planes y acciones, los mecanismos de funcionamiento y formas de ejecución no son lo suficientemente refinados para enfrentar sistemas organizativos tan complejos como los que se requerirían. De todos modos, se trata de un aspecto no indagado a profundidad, pues no era pertinente para el estudio.

Plan de negocios. Con un 58% reportado, no aparece como un documento formal elaborado. No se indagó a profundidad.

Nivel de desempeño de trabajadores. Instrumento de gestión de baja incidencia en las empresas objeto de estudio, aun cuando un 58% de ellas reporta procedimientos para su estimación.

Percepción de la empresa por trabajadores. También es un factor de baja incidencia, sobre el cual no existen registros y, en consecuencia, hay poca claridad sobre su real percepción y sobre factores incidentes (Ver gráfica).

Análisis de resultados de la encuesta diagnóstica

En términos generales, el diagnóstico evidenció la inexistencia de una política objetiva y sistemática de gestión humana y, aun cuando se registraron algunas ac-

ciones propias de una oficina de esa naturaleza, estas no generan el impacto de una gestión bien articulada e integral. En concreto, se identificaron tres problemas básicos:

- Ausencia de un enfoque técnico y sistemático: Las prácticas habituales no responden a un proceso de planeación estratégica; más bien están basadas en la improvisación y la aleatoriedad, no en un proceso continuo y sistemático para la definición de estrategias y programas. Tampoco la toma de decisiones, en general, toma en cuenta las prioridades y objetivos de la empresa.
- Estrategia de comunicación integral: A pesar de estar presente en todas las actividades de la empresa, aún no es visualizada como un factor estratégico o herramienta de gestión básica para la imagen e identidad corporativa.
- Procesos de gestión empresarial: Si bien se cuenta con una estructura de planes y acciones, estos son muy rudimentarios y no son visualizados como herramientas de gestión para el aseguramiento de los diferentes procesos, adoleciendo, por ejemplo, de indicadores que permitan su evolución.

Elaborado el diagnóstico, se realizó su socialización ante las empresas encuestadas. Para ello, se presentó un análisis comparativo del estado de desarrollo de procesos específicos desde los diferentes subsistemas, los cuales varían de una empresa a otra; así como un análisis reflexivo acerca de la importancia de la construcción de una misión, visión y objetivos claramente definidos y la construcción de una filosofía que oriente la administra-

ción del talento humano y la gestión de las transformaciones requeridas.

Propuesta de intervención

Tras la socialización, se formuló la propuesta de intervención, que consistió en actuar sobre el grupo de las PYME interesadas en consolidar su área de talento humano, mediante un proceso de capacitación que proporcionaría elementos conceptuales y herramientas técnicas y metodológicas para abordar los diferentes procesos de gestión humana.

La mecánica planteada al respecto consistió en conformar un grupo de trabajo integrado por dos o tres funcionarios de cada empresa y su gerente para, en un lapso aproximado de cuatro meses, desarrollar la acción formativa, en sesiones de trabajo de cuatro horas semanales. Esta propuesta fue aprobada por unanimidad.

Consecuentemente, se dio inicio al proceso de capacitación partiendo de la revisión de conceptos básicos alrededor de la gestión humana. Luego se estudió documentación acerca del esquema y operatividad de los diferentes subsistemas que lo conforman. Mediados por la presentación de casos puntuales por parte de los participantes, se realizaron, a continuación, autodiagnósticos participativos que permitieron identificar prácticas y concepciones predominantes en las empresas, su nivel de funcionamiento e implicaciones en la gestión administrativa. Se pasó luego a la implementación de las nuevas herramientas y conocimientos, con lo que se propició el procesamiento de la información a partir del análisis, reflexión y absolución de dudas.

Posteriormente, se realizó seguimiento y retroalimentación a las actividades de implementación y ajuste de instrumentos y procedimientos; se elaboraron indicadores de gestión para evaluar el impacto del programa de capacitación al que se hará referencia más adelante; a los participantes se le entregaron modelos guía e instructivos para procesos de selección, inducción, capacitación (diagnóstico, pautas de elaboración, evaluación y seguimiento), evaluación del desempeño.

Por último, y luego del análisis de los indicadores, se realizó la clausura del proceso de capacitación en un acto protocolario en el que participaron los empresarios beneficiarios del proyecto, el grupo de funcionarios capacitados, la directora y funcionarias de ACOPI, las decanas de las facultades de Administración de Empresas y Psicología de la Universidad Simón Bolívar vinculadas a la línea de investigación y la docente investigadora responsable directa del proceso. Allí fueron socializados los resultados de dicho proceso, generándose un espacio en que cada empresa participante expuso su experiencia, presentando evidencias de los logros. Fueron entregados certificados de participación al grupo capacitado.

El impacto del programa de capacitación, se resume en el siguiente cuadro:

DISCUSIÓN

Este proyecto tuvo un impacto positivo en las empresas en la medida en que el abordaje metodológico de las dimensiones administrativa, estratégica y de innovación de la gestión del talento humano permitió una retroalimentación, logrando en el empresario una especie de *insight*, es decir, un darse cuenta del tipo de gestión y supuestos prevalecientes y sus implicaciones. Fue un darse cuenta no “impuesto”, sino percibido a partir del hacer, aporte básico de la metodología de investigación-acción. Se pasó del concepto a la acción, propiciándose el ajuste de varias actividades e implementación de otras, lo que fue dando forma y consistencia a la necesidad de realizar replanteamientos en los procesos y procedimientos y de flexibilizar posiciones respecto a la manera de enfocar y hacer las cosas en situaciones puntuales relacionadas con el qué, cómo, cuándo y quién.

Los aspectos de mayor relevancia reportados por los capacitados fueron: economía de tiempo y recursos, mejoramiento del proceso de comunicación, mayor conciencia de trabajar con base en diagnósticos y no en suposiciones, empoderamiento y adquisición de nuevas competencias, promoción de nuevos valores, actitudes y creencias frente a la gestión del talento humano, así

ÍTEM	CUMPLIMIENTO ANTES DE	CUMPLIMIENTO DESPUÉS DE
Subsistema de ingreso	50%	70%
Subsistema de desarrollo ocupacional	No indagado a profundidad	
Subsistema de compensación y beneficios	90%	100%
Subsistema de control	0%	40%

como una actitud más positiva y abierta por parte del empresario hacia el tema de RSE, visualizado ahora desde una nueva perspectiva relacionada con su papel en la sostenibilidad económica y competitividad de la empresa.

Un aspecto importante del proceso fue el sentido horizontal de la acción formativa, al integrar a los participantes alrededor del conocimiento y la información más que en el rango, dándoles, así, la oportunidad de experimentar el proceso de generar opinión en torno a asuntos generales y particulares, y haciéndolos sentir partícipes de decisiones. El sentido de circularidad del proceso, de la mano del juego de roles y estudio de casos fue otro aporte fundamental; pasar de lo teórico a lo práctico abordando casos reales y concretos, colocó al participante en situación de aprender en el hacer y de mostrarse como sujeto activo y propositivo. Por consiguiente, lo tornó más autónomo y empoderado frente a su quehacer, preparándole como agente de cambio para la empresa.

Si bien no podemos hablar de la conformación de un Departamento de Gestión Humana en sentido estricto, sí es claro el impulso que recibieron estas empresas hacia una estructura administrativa más organizada y funcional. El trabajo realizado constituyó un avance en la tarea de superar las prácticas comunes y repetitivas, configuradas como amenaza para la competitividad y sostenibilidad de las PYMES. Del mismo modo, se evidenció un avance del empresario hacia una nueva forma de entender la gestión del talento humano, cuya eficiencia no es exclusiva de la pericia en el manejo de equipos o de la optimización de ciertos procedimientos, sino que

se vincula con acciones de prioridad social, que involucran las relaciones laborales, la protección de accidentes, capacitación, etc., tendientes a un desarrollo humano sostenible.

Pero, aun cuando se logró movilizar la mirada del empresario frente al tema de la gestión humana y obtener de él una visión general del nivel de injerencia de la práctica social responsable en los procesos de gestión empresarial, queda por recorrer un camino de consolidación que genere cada vez respuestas más concretas y contundentes a interrogantes como: ¿Cuál es la razón de ser de la empresa? ¿Por qué y ante quién debe practicarse la acción responsable? Dichas respuestas se sitúan en el orden de los deberes y obligaciones solidarias que la empresa debe tener, dado que ella es una institución social y, como tal, debe asumir su papel contingente en los procesos asociados a la práctica de una acción social responsable, cuestión que involucra los denominados grupos de interés.

El gran reto sin duda es la progresiva incorporación de las empresas objeto de estudio en la estructura y políticas corporativas internas. En esta tarea, además del concurso de la academia, será muy importante el establecimiento de alianzas estratégicas y acuerdos de cooperación entre empresas, los cuales están a la orden del día y ofrecen una contundente muestra de los efectos positivos que se generan gracias a una práctica socialmente responsable, tales como posicionamiento corporativo, incremento en la motivación y productividad del trabajador, e impacto positivo en el rendimiento financiero.

También queda claro el papel del componente

académico en la promoción de la responsabilidad social corporativa en pequeñas y medianas empresas. Adelantar procesos de asistencia técnica, acciones pedagógicas e investigativas tendientes a sensibilizar y concientizar a los empresarios del sector, es parte de la tarea a realizar en este sentido, siendo una labor paralela la identificación de áreas críticas en los negocios, el diseño de herramientas de gestión e indicadores de desempeño ambiental y social. Por último, se hace evidente la necesidad de una acción articulada entre academia y empresa que facilite el intercambio de conocimientos y experiencias, amén de aptitudes y competencias que incorporen resultados en lo económico, lo ambiental y social como estrategia para innovar y enfrentar un mundo tan cambiante y competitivo. Así lo demuestran las experiencias de los abanderados en estos procesos en Europa y en América Latina y el Caribe. Nos situamos, entonces, en la gestión del conocimiento que nos introduce en otras miradas y perspectivas en el hacer, direccionar y solucionar, temas insoslayables en la actual forma de hacer empresa.

REFERENCIAS

- Aguirre Sádaba, A., Castillo, A., Tous, D. (2009). España: Ediciones Pirámide.
- Alvares-Moro, O. (2010). Extraído de: Blog Salmon, 13 de agosto de 2010 del sitio Gerencia.com
- Blaxter, L., Hughes, C., Tight, M. (2008). *Cómo se investiga*. Colección Crítica y Fundamentos, Serie Fundamentos de la educación. Barcelona: Editorial GRAÓ de IRIF.
- CASIF. Impacto de una estrategia de RSE en una empresa. www.centrase.org/2007/estudios-casos/Estudio-2001.pdf (CentraRSE).
- CCRE, creado en 1994.
- CELTA S.A. (s.m.d.).
- CentraRSE. Impacto de una estrategia de RSE en una empresa. www.centrase.org/2007/estudios-casos/Estudio-2001.pdf
- CINSET (Corporación para la Investigación Socioeconómica y Tecnológica de Colombia).
- Comité para el Desarrollo Económico de las Naciones Unidas (2007). Informe sobre el debate de las responsabilidades sociales de las organizaciones empresariales. Autor.
- Correa, M., Van Hoof, B., Núñez, G. (2010). Cambio y oportunidad: La responsabilidad social corporativa como fuente de competitividad en pequeñas y medianas empresas en América Latina y el Caribe. United Nations. Canadá.
- Documento sobre la RSE. (2002), registrado como propiedad intelectual No. 158195.
- FORUM empresa, alianza hemisférica de organizaciones basadas en la RSE y compañías asociadas. Último informe de gestión de 2009.
- Frederick, P. (2003). Promoción de la responsabilidad social en la región. Forum Empresa.

- Fundación EPM (2000). Fundación EPM cumple con su compromiso social y promueve actividades que benefician a los ciudadanos.
- Fundación Universitaria Los Libertadores (2009). Competitividad y responsabilidad social de PYMES en Bogotá. Investigaciones y estudios de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Facultad de Ciencias Administrativas. Bogotá: Autor.
- González, N., Ángeles, I. (2006). *Investigación cualitativa como estrategia de conocimiento, intervención y trabajo de las políticas de salud: Una aproximación desde México y Cuba*. México: Universidad Autónoma de México.
- Guía Técnica Colombiana en Responsabilidad Social (1997). Comité Técnico 180 de Icontec. Bogotá: Autor.
- Informe para la 96ª reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo (2007).
- Intelligence & Capital News report (2010). Artículo sobre Responsabilidad Social Corporativa.
- KPMG de México (2002). Estudios sobre beneficios de la implementación de prácticas de Gobierno Corporativo.
- Longenecker, J., Moore, C., Peety, J. (2001). *International Thomson Editors*.
- Lozano, P. Gómez, J. (2005). Análisis de desarrollo empresarial de 100 iniciativas de Biocomercio sostenible en Colombia. Bogotá: Instituto de Investigaciones de Recursos Biológicos Alexander Von Humboldt.
- Martínez, H. (2005). *El marco ético de la responsabilidad social empresarial*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana.
- Mejía, A. Bravo, M. (2010). Gestión de la competitividad sostenible en las organizaciones: Una aproximación desde la perspectiva sistémica. Cali: Universidad San Buenaventura.
- Moreno, A., Uarte, L., Topa, G. (2010). *La responsabilidad social empresarial: oportunidades estratégicas, organizativas y de recursos humanos*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Navarro García, F. (2008). *Responsabilidad social corporativa: Teoría y práctica*. Madrid: Editorial ESIC.
- Odiseo, Revista electrónica de Pedagogía. Año 7, núm. 14. Enero-junio 2010.
- OIT (Oficina Internacional del Trabajo), Informe IV. (2007). Informe para la 96ª reunión de la Conferencia Internacional del Trabajo.
- OIT. RSE Poniendo en Marcha el Pacto Global: Un estudio comparativo de la relación de la RSE y el Pacto Global". Cooperación Técnica OIT. COS/GUA/EXC/O274/06. Archivo PDF.

- Porter, M. (2009). *Ser competitivo*. Barcelona: Ediciones DEUSTO Harvard Business School.
- Sanguino, R. (2006). *La competitividad de la administración local: Modernización a través de la gestión del conocimiento*. Madrid: Artes Gráficas NUMANCIA.
- Pontificia Universidad Javeriana (2007). Situación de la responsabilidad social y ambiental de la empresa en las PYME de Latinoamérica. Informe de Colombia. Bogotá: Autor.
- Perdiguero, G., García, A. (2005). La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial. Valencia: Universidad de Valencia.
- Universidad Simón Bolívar (2008). Estudio diagnóstico acerca del estado de la acción socialmente responsable en las PYME de la ciudad de Barranquilla. Barranquilla: Autor.