

RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA: UNA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL



RESPONSABILIDAD SOCIAL INTERNA: UNA ESTRATEGIA DE COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL

Zulay Pereira¹
Jesús García Palacio²
Javier Ramírez Durán³
Yoleida Hernández Téllez⁴

Resumen

El propósito del artículo fue analizar la responsabilidad social interna en las empresas, para lo cual se utilizó una metodología de tipo descriptivo con revisión documental bibliográfica, aplicando la hermenéutica en los hallazgos. Se encontró una prevalencia de estudios enfocados en el cumplimiento de compromisos

legales contractuales de la empresa con los colaboradores, para alcanzar la competitividad. Se concluye que es importante que los empresarios se ocupen más en gestionar estrategias de responsabilidad social interna direccionadas a la humanización de los ambientes de trabajo.

Palabras clave: Responsabilidad social interna, estrategia, competitividad empresarial.

INTERNAL SOCIAL RESPONSIBILITY: A BUSINESS COMPETITIVENESS STRATEGY

Abstract

The purpose of the article was to analyze internal social responsibility in companies, for which a descriptive methodology was used with bibliographic documentary review,

applying hermeneutics in the findings. A prevalence of studies focused on the fulfillment of contractual legal commitments of the company with the collaborators, to

¹ Licenciada en Gerencia de Recursos Humanos, Universidad Dr. José Gregorio Hernández, Maracaibo, Venezuela. Correo: zpereira@hotmail.com

² Estudiante de Trabajo Social, Universidad Simón Bolívar, Barranquilla, Colombia. Correo: jesus.garcia3@unisimon.edu.co

³ Estudiante de Administración Financiera, Corporación Universitaria Latinoamericana. Correo: jramirez07papers@gmail.com

⁴ Dra. en Ciencias gerenciales, Docente Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín, Maracaibo, Venezuela. Correo: yoleidahernandez61@gmail.com

achieve competitiveness was found. It is concluded that it is important for employers to focus more on managing internal social responsibility strategies aimed at the humanization of work environments.

Keywords: Internal social responsibility, strategy, business competitiveness

Introducción

La dimensión interna de la responsabilidad social empresarial (RSE), ha mantenido vigencia en el sector empresarial en los últimos años, aun cuando en parte de la literatura se plantea desde la inversión privada en beneficio del desarrollo social, enfocando básicamente tal inversión social hacia la comunidad, es decir; la dimensión externa de la R.S.E sin responder necesariamente al enfoque integral de los stakeholders, cuando la empresa debe tener en cuenta los diferentes públicos e igualmente la diversidad de receptores interactuantes con ella.

En ese sentido, los sectores internos de interés de las empresas involucran a sus colaboradores implicados en la marcha de una empresa, los grupos internos que interrelacionan con ella, apoyando las repercusiones de su actividad empresarial. De esta forma, la actividad empresarial va asociada expresamente con los beneficios sociales que otorga en su interior, ya sea de manera voluntaria, o incluso sin pretenderlo (Paz, Harris y Franco, 2016; Melo, Rivera y García, 2018; Quintero et al, 2018). Por tal motivo, toda empresa “sana” en su hecho de generar puestos de trabajo directos o indirectos es fuente de riqueza social, más allá de los beneficios generados por sus productos y servicios a sus usuarios, a la

propia empresa e inclusive a sus accionistas.

Al respecto Prieto, Burgos, García y Rincón (2016), señalan que, los primeros clientes de una empresa son sus colaboradores internos, siendo el componente humano, el pilar fundamental en la construcción de ventajas competitivas para el sector empresarial. De la misma forma, los citados autores (2016), agregan que al hacer mercadeo interno se consigue mayor productividad global como un logro derivado de la motivación, participación e integración del colectivo laboral; así los colaboradores internos requieren atención, merecen respeto, adecuada remuneración, ser informados oportunamente respecto a las políticas, objetivos y metas de la organización, de las ventajas competitivas de la empresa. Los clientes internos son todos y cada uno de los colaboradores directos que conforman la cadena interna y unos dependen de otros, total o parcialmente para realizar el trabajo

Asimismo, se debe tener claro que la organización debe presentar como aspecto primario el estímulo hacia una actitud responsable en su propio capital humano, a través del cumplimiento de legislaciones sobre salud y seguridad en el trabajo, respeto por su dignidad, igualdad de oportunidades así como la conciliación entre vida laboral y personal representan hechos quizás intangibles pues cuando el capital humano percibe una organización responsable se convertirán en aliados fieles e igualmente reflejos positivos con el resto de la sociedad (Paz, Núñez, Salom y

Rosales , 2013; Villarreal, Barragán, Hugett et al, 2017).

Es lo antes expresado, lo que motiva la intención de este artículo, específicamente el análisis de la responsabilidad social interna como una estrategia de competitividad empresarial, para lo cual se realiza una fundamentación teórica, utilizando para ello una revisión de corte documental bibliográfico, soportada en la hermenéutica. Con base a ello, se presentan los resultados obtenidos y su discusión y posteriormente se concluye, generando así reflexiones que contribuyen al conocimiento de la variable responsabilidad social interna en el contexto empresarial

Fundamento teórico

La responsabilidad social interna a nivel empresarial es considerada como un nuevo valor que impacta la gestión de las empresas, este tema de acuerdo a Pereira (2013), está tomando protagonismo en mercados y países, llenando páginas de economía, dirección de empresas con preocupaciones diversas por la gestión del talento humano; de allí se afirma por ende que este tipo de comportamiento corporativo conlleva al éxito organizacional.

Según García, Durán y Prieto (2017), para mantener la competitividad es necesario destacar el papel que juega el recurso humano dentro de las organizaciones, desde la cúspide de la estructura hasta los niveles inferiores del organigrama, guardadas las proporciones en cuanto a responsabilidades. En este sentido, dadas las necesidades de competitividad, las organizaciones requieren

disponer de acciones de responsabilidad social interna orientadas a fortalecer su motivación e identificación con la empresa.

Asimismo, la Organización de las Naciones Unidas, (ONU, 2015), en su Informe sobre el Pacto Mundial, señala que la actuación de las empresas socialmente responsables debe iniciarse hacia los trabajadores en primer lugar, éstos deben ocuparse de asuntos como la inversión en capacitación, promoción de seguridad y salud ocupacional, seguridad en el ambiente laboral, e igualmente la promoción de los derechos humanos.

Al respecto, Pereira (2013), plantea que, en los últimos años, más concretamente en la primera década del siglo XXI, se ha venido desarrollando una serie de sistemas de gestión de responsabilidad social interna, encaminados a hacer compatibles el logro de objetivos empresariales con la calidad de vida de sus empleados, entendida ésta como el análisis de su estructura interna para orientar la vida de sus trabajadores hacia el bien, la convivencia y la felicidad.

Por su parte, Paz, Núñez, García y Salom (2016), señalan que las instituciones responsables, deben orientar su gestión hacia un liderazgo ético; es decir, trascender de un posible sentido economicista, para generar productividad mediante su participación con su gente en el mercado donde ejerce su función, a través de un enfoque transparente con competencias configuradas en la humanización organizacional, apoyada en el sentido de responsabilidad y ética en los pilares que articulan sus servicios a la sociedad.

El aspecto anteriormente expuesto tiene su fundamento lógico de carácter social y económico en los planteamientos hechos al respecto en la norma ISO 26000 (2012) de responsabilidad social empresarial, al referir que los recursos humanos son una fuente de fortaleza para todas las organizaciones; igualmente que, la reactivación de los recursos humanos es esencial para que las organizaciones creen valor agregado e igualmente aumenten la productividad. Por tal razón, destacan Pereira (2013) y Barragán (2019), se ha vuelto importante para una organización socialmente responsable, mejorar el ambiente y condiciones de trabajo, en las cuales los trabajadores individuales puedan demostrar sus distintas habilidades e individualidad, para lograr así trabajar con el sentido de la satisfacción.

En el mismo orden de ideas, Bracho y García (2011), destacan que las instituciones han asumido nuevas formas de liderar los procesos en forma responsable asegurando que las empresas tengan una dirección específica basada en la responsabilidad social interna. En este sentido, los gerentes como líderes pueden crear una visión de futuro apoyándose en sus colaboradores internos, así como configurar el conjunto de estrategias para realizar esa visión; para lo cual es primordial motivar a sus seguidores, orientándolos a superar dificultades y adaptarse a los cambios del entorno.

Bajo tales premisas, Leithwood, Mascall y Strauss (2009, p. 81), afirman que, como resultado de las transformaciones globales, las organizaciones han incorporado un

liderazgo transformacional, el cual se enfoca en la re-conceptualización del mismo para favorecer las metas comunes y compartidas; a través del logro del compromiso colectivo, la renovación regular de las metas, fortalecimiento de valores de la organización, así como el impulso de modos de actuar más efectivos y eficientes para llevar a cabo los procesos.

Así, surge el interés por el liderazgo transformacional, como un nuevo paradigma de compromiso social, el cual según Leithwood, Mascall y Strauss (2009, p. 82), “está orientado a la participación de todos los grupos humanos en la organización, centrándose en adjudicar significado a la tarea”. Con este liderazgo transformacional estimula la conciencia de los trabajadores, quienes son dirigidos para aceptar y comprometerse con el alcance de la misión enunciada en la organización. Por tanto, el mismo tiende a motivar, así como cambiar a las personas a actuar por encima de sus propias exigencias, produciendo cambios en los grupos y en las organizaciones.

García, Duran, Parra y Márceles (2017) manifiestan que parte de la gestión de los departamentos de recursos humanos consiste en fortalecer las condiciones laborales y personales para integrar al empleado a la organización, abarcando las características de los trabajadores tales como: habilidades, destrezas, competencias, entusiasmo y lealtad, las cuales influyen sobre los resultados, la eficiencia, la reputación y la supervivencia de la organización.

En opinión de Durán y Parra (2016) y Duran, Parra, García, Martínez, y González

(2018), resulta necesario considerar los aspectos de bienestar y salud laboral a la hora de evaluar la eficacia de una determinada organización, pues la calidad de vida laboral, el estado de salud física y mental que conlleva tiene repercusiones sobre la institución.

Al respecto Aguirre y de Pelekais (2008), consideran que una institución es realmente la mejor cuando además de lograr los objetivos empresariales, aporta beneficios al individuo, colaboradores y a grupos familiares de los mismos, beneficia su entorno, cuando al hacer una retrospectiva vea que ha cumplido cabalmente tanto con los principios cívicos como con los ciudadanos, así mismo tanto con reglas éticas como con las normas morales, e igualmente la normativa legal a la cual pertenece; en fin, cuando a conciencia pueden estar seguros de su actuación correcta sin causar daño alguno.

De igual forma, Aguirre y Pelekais (2008), citados por Pereira (2013), señalan que entre los beneficios brindados por la responsabilidad social empresarial en su dimensión interna se encuentran los siguientes:

- Contribuye a mejorar el desempeño social de la empresa, racionalizando la distribución de sus recursos destinados a acciones sociales.
- Constituye un instrumento de divulgación hacia diversos públicos de las acciones sociales de la empresa, que le permite dar cuenta, de manera sistemática, de su responsabilidad social.

- Mejora la imagen social de la empresa haciéndola más competitiva en términos de ventas, credibilidad, entre otros. Teniendo en cuenta que, siendo los productos relativamente homogéneos, como consecuencia de la tecnología, éstos pueden gozar de preferencia en el mercado por la imagen de la empresa.

Métodos

La investigación se inserta dentro del tipo de investigación descriptiva, la cual de acuerdo a Hernández, Fernández y Baptista (2014) pretende especificar propiedades y características de procesos o cualquier fenómeno sometido a un análisis. Igualmente, correspondió a una revisión de tipo documental bibliográfica, basada, según Pelekais, Finol, Neuman et al (2012) y Arias (2014), en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales, y su interpretación, con la finalidad de aportar nuevos conocimientos

Resultados y Discusión

El proceso metodológico utilizado en la investigación ha permitido obtener resultados que clarifican más lo referente a la responsabilidad social interna en las empresas como una estrategia de competitividad, evidenciando que en algunas investigaciones existe una tendencia un tanto marcada a los aspectos jurídicos de la relación laboral, y en menor proporción estudios con una dimensión sustentada en la humanización del entorno laboral. Resultados que validan las tesis expresadas en el Libro Verde de la Unión

Europea (2002) y en la Guía del Balance Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT, 2009), donde se establece que la responsabilidad social en su perspectiva interna se vincula con la gestión del recurso humano, salud y seguridad en el trabajo, cambio organizacional y protección del medio ambiente y recursos naturales.

De la misma forma, los hallazgos dejan evidencias de que aún falta fortalecer la gestión en temas de responsabilidad social interna, para estar en consonancia con la postura de Bestraten y Pujol (2004), Durán y Parra (2016) y Barragán et al, (2019), para quienes el compromiso de las empresas debe ser ofrecer calidad de trabajo en equilibrio con la vida extra-laboral, propiciar espacios para las iniciativas personales, autonomía y creatividad en los ambientes de trabajo, aspectos que para los citados autores fortalecen la competitividad organizacional.

Conclusiones

Se analizó la responsabilidad social interna como estrategia de competitividad empresarial, concluyendo que es requerido que mayor número de empresas se orienten realmente a gestionar la responsabilidad social interna, ocupándose por brindar una estabilidad en los empleos, generando escenarios con ambientes laborales saludables para que los colaboradores se desarrollen profesional e intelectualmente. De igual forma, establecer políticas de reconocimiento al desempeño, con énfasis en adecuada remuneración; contratación; salud y seguridad en el trabajo.

También se evidencia la importancia de una gestión direccionada al respeto al individuo, valoración de la diversidad, inclusión e igualdad, programas de formación para los trabajadores, libertad sindical, derecho a la negociación colectiva. Con esto se destaca, que las iniciativas de responsabilidad social interna apunten a la preservación de la calidad de vida laboral, el respeto a sus derechos, diálogo social derecho a la equidad, interés por la dignidad humana. Contribuyendo a la estabilidad emocional entre su trabajo, familia y esparcimiento, fortaleciendo su capacidad de empoderamiento e identificación con la empresa con lo que se propicia su compromiso organizacional, y su motivación para enfocarse más a la búsqueda de la competitividad empresarial.

Referencias bibliográficas

- Aguirre, R. & De Pelekais C. (2008). *Hacia una Cultura de Responsabilidad Social*. México: Pearson Educación
- Barragán Morales, C., García-Guilianny, J., Meza-Rodríguez, V., Mercado Zapata, M., & Olarte Durán, L. (2019). Corporate Social Responsibility in print media in the Atlántico and Magdalena departments (Colombia). *Económicas CUC*, 41(1), 187.
- Bracho, O. & García, J. (2011). Características personales del líder transformacional en las contralorías municipales del Estado Zulia. *Revista Clío América*, 5 (10), 182 – 203
- Durán, S. & Parra, M. (2016). Condiciones Laborales y Calidad de vida en el trabajo. *Revista Estrategias innovadoras: Afrontando los retos de la economía global*, 1 (1), 437-459
- Durán, García, Parra, García & Hernández. (2018). Estrategias para disminuir el

- síndrome de Burnout en personal que labora en Instituciones de salud en Barranquilla. *Revista Cultura, Educación y Sociedad*, 9(1), 27-44
- García, J.; Durán, S. & Prieto, R. (2017). Políticas de gestión de talento humano para el desarrollo de competencias gerenciales en empresas metalmecánicas. *Revista Face*, Volumen 17 (2), 130-141
- García, J., Durán, S., Parra, M. & Márceles, V. S. (2017). Dirección estratégica del talento humano para el fomento de valores en los cuerpos policiales venezolanos. *Revista Espacios*, 38 (32), 16-28
- Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill
- Leithwood, Kenneth; Mascal, Blair, y Strauss, Tiiu (Eds.) (2009). *Distributed leadership according to the evidence*. New York: Editorial Routledge Press
- Melo, G.; Rivera, C. & García, J. (2018). Responsabilidad social en comunidades indígenas orientada al diseño de automatización de válvulas del gasoducto Riohacha-Maicao. En Libro innovación, desarrollo tecnológico y gestión: una construcción desde la investigación. Esmerlis Camargo Torres y Jesús García Guilianny (Coord). Riohacha: Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA Bogotá
- Norma Internacional ISO 26000 (2012). *Guía sobre Responsabilidad Social*. Del sitio web <https://www.normas-iso.com/iso-26000-responsabilidad-social/>
- Organización de las Naciones Unidas (2015). *Informe sobre el Pacto Mundial*. Del sitio web <https://www.pactomundial.org/2015/02/10-principios-del-pacto-mundial/>
- Paz, A.; Núñez, M.; García, J. & Salom, J. (2013). Responsabilidad social universitaria: moralidad o compromiso en la formación de valores éticos en la educación de futuro. *Opción* 29 (72), 97-116
- Paz, A.; Harris, J. & Franco, F. (2016). Responsabilidad social gestión compartida con el emprendedor social en empresas mixtas del sector petrolero. *Económicas CUC* 2 (37), 47-68
- Paz, A.; Núñez, M.; García, J. & Salom, J. (2016). Rol del liderazgo ético en organizaciones académicas. *Revista Opción*, 32 (12), 148-168
- Pelekais, C.; Finol, M.; Neuman, N.; Carrasquero, E.; García, J. & Leal, M. (2012). *El ABC de la investigación. Un encuentro con la ciencia*. Maracaibo: Astro data
- Pereira, Z. (2013). *Programa de responsabilidad social interna para la empresa Nastasi & Ferrer construcciones, S.A. (Nafeco)*. Proyecto de grado como Licenciada en Gerencia de Recursos Humanos Universidad Dr. José Gregorio Hernández, Maracaibo, Venezuela
- Prieto, R.; Burgos, C.; García, J & Rincón, Y. (2016). Mercadeo interno para optimizar la calidad de servicio en la banca universal. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 21 (73), 102-119
- Quintero, M.; Villarreal, D.; García, J.; Orcasitas, M. & Paz, A. (2018). El compromiso como valor en la responsabilidad social universitaria. En Libro innovación, desarrollo tecnológico y gestión: una construcción desde la investigación. Esmerlis Camargo Torres y Jesús García Guilianny (Coord). Riohacha: Servicio Nacional de Aprendizaje – SENA Bogotá
- Villarreal, D.; Barragán, C.; Huguet, S.; Meza, V. & García, J. (2017). Responsabilidad social empresarial: una aproximación teórica conceptual. *Revista Liderazgo Estratégico* Vol. 7 (1)



Normas para los colaboradores

1. Generales

La revista **RenovaT** de la institución Servicio Nacional de Aprendizaje “SENA” es un medio de difusión de carácter científico-arbitrado, con periodicidad semestral, cuya misión es contribuir con la promoción permanente de la producción intelectual, orientada a presentar nuevos aportes dentro de los procesos de investigación y divulgación académica.

Se reciben artículos, ensayos y críticas de libros. Dichos trabajos deben ser originales e inéditos, es decir, no haber sido publicados total o parcialmente con anterioridad en ningún medio impreso o electrónico, ni propuestos simultáneamente a otras publicaciones.

La revista considera para su publicación trabajos cuyas temáticas se vinculen con procesos de energías renovables, innovación (nuevas ideas, propuestas y modelos) y tecnologías de vanguardia. También abarca aspectos relacionados con la gerencia (dirección efectiva, coordinación de recursos, estrategias, planificación, organización, control, productividad y competitividad, sostenibilidad y sustentabilidad).

El número de investigadores co-autores no deber ser superior a cuatro

Los trabajos son aceptados de acuerdo con los siguientes criterios: pertinencia del tema para la revista, dominio del área, generación de conocimiento y/o existencia de propuestas, contribución a futuras investigaciones, originalidad, valor científico, coherencia de discurso, vigencia de la información y calidad de las referencias bibliográficas.

El Equipo Editor realiza una presentación de los artículos según la pertinencia de su contenido, y los mismos son arbitrados por un Comité Evaluador, constituido por especialistas en los temas desarrollados en la revista, quienes formulan las observaciones convenientes.

Especialistas en Redacción con base en la revisión de estilo, hacen las correcciones pertinentes a los artículos, respetando la idea original del autor.

La aceptación de los trabajos queda sujeta a la decisión del Equipo Editorial. Una vez aprobados, los artículos pasan a ser propiedad de la revista.

La Revista **RenovaT** no se hace responsable por las opiniones emitidas por los autores. La recepción de artículos es durante todo el año.

2. Presentación

Los interesados en publicar en la Revista **RenovaT** del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) deben enviar sus trabajos al E-mail: rrenovat@misena.edu.co