

FORTALECIMIENTO DE PYMES Y EMPRESAS SATÉLITES: ESTRATEGIA GERENCIAL DE RSE PARA ENCADENAMIENTO Y COMPETITIVIDAD INDUSTRIAL

Huertas de Mora, María Victoria ¹
Pardo Martínez, Luz Patricia ²

RESUMEN

El objeto de estudio observado en la investigación cuyos primeros resultados se presentan, corresponde a la identificación de la incidencia de los recursos destinados a responsabilidad social empresarial –RSE- por parte de las industrias, como contribución orientada a efectivizar su interrelación con las pequeñas y medianas empresas –Pymes- y unidades familiares productivas no formales – satélites o maquilas -, como participantes reales de cadena y valor de la industria a la cual tributan. Los avances logrados en el trabajo que hoy se presenta validan una propuesta innovadora para destinar recursos de responsabilidad social empresarial –RSE- por parte de las industrias, como intervención orientada de aporte significativo en transferencia tecnológica, encadenamiento de valor, potenciación de ventajas comparativas y competitivas industriales, desde la complejidad de una economía y entornos cada día más locales, pero sistémicamente regionales y globales. El estudio, aplica el método de investigación-acción, contrastando sus resultados con estudios de caso/casos. Reporta los resultados del trabajo adelantado con 100 confeccionistas y diseñadores, todos ellos compradores de una fábrica de telas colombiana de gran prestigio y altos volúmenes de operación, producción y ventas. El Universo: 12 tiendas de distribución de la textilera, con 10.000 compradores. La muestra aplica a 1 tienda, con un sub universo de compradores en número de 1500. La muestra seleccionada se toma de entre 300 compradores convocados al programa de RSE, y dicha muestra aplica a 100 de ellos finalmente inscritos al proceso de RSE. Se logran hasta ahora dos objetivos importantes: la caracterización de – confeccionistas o diseñadores- compradores de materia prima a la industria textil colombiana, junto con sus barreras; y, la validación de la propuesta de intervención.

Palabras clave: Gestión de conocimiento/12.02.00; cooperación industrial /05.01.01; competencias/12.02.00; complejidad y desarrollo social /02.02.00-14.05.03. X^o

STRENGTHENING OF SMES AND SATELLITE COMPANIES: MANAGEMENT STRATEGY OF CSR FOR CHAINING AND INDUSTRIAL COMPETITIVENESS

ABSTRACT

Observed study as researchers is to identify the incidence of resources to corporate social responsibility - CSR - by industries, as a targeted contribution to make the interrelationship with small and medium-sized enterprises - SMEs - and non-formal productive family units - satellites- and their participating real of chain and industry value which are taxed. The progress achieved in the work that is proposed today, validate an innovative proposal to allocate resources of corporate social responsibility - CSR - by industries, such as intervention oriented significant contribution in technology transfer, value chain, empowerment of comparative and competitive advantages in industrial, since the complexity of an economy and environments each day more local, but systemically regional and global. The study applies the method of action-research, contrasting their results with case/case studies. It reports the results of the work ahead with 100 makers and designers, all of them buyers of a Colombian from prestigious fabrics factory and high volumes of operation, production and sales. The universe: 12 stores of distribution of the textile company, with 10,000 buyers. The sample applied to 1 store, with a sub universe of buyers in number of 1500. The selected sample was taken from among 300 buyers invited to the CSR program, and the sample applied to 100 of them finally registered to the CSR process. Are accomplished up to now two important objectives: the characterization of - makers or designers - buyers of raw material to the Colombian textile industry, along with its barriers; and the validation of the proposed intervention.

Key words: knowledge management /12.02.00; 05.01.01 industrial cooperation; assessments/12.02.00; complexity and social development /02.02.00-14.05.03.

¹ Magíster en Contabilidad y Auditoría de Gestión; Especialista en Alta Gerencia y Economía Solidaria; Economista y Administradora de Empresas. Profesora titular de Maestría en Gestión de las Organizaciones e investigadora del Grupo de Investigación Arte Solidario del programa de Administración de Empresas de la Universidad Cooperativa de Colombia

² Doctora en Investigación Histórica; Magíster en Planeación Socio-Económica; Master en Estudios Avanzados en Teoría del Conocimiento de la Educación Comparada; Trabajadora social. Profesora invitada de la Universidad Castilla La Mancha, (España) y Universidad Católica de Guayaquil (Ecuador) y Profesora titular en la Universidad EAN.

1. Introducción

La historia de la humanidad ilustra cómo el aprender a vivir y convivir, ha sido para cada persona un imperativo en la solución individual y colectiva de sus necesidades. La necesidad, que es variada y variable, múltiple y ascendente, como eje central involucra una gran complejidad, y es la que marca el paso a las acciones del ser humano hacia procurar soluciones y satisfacciones.

En épocas anteriores, las necesidades individuales y del conjunto de lo privado familiar eran solucionadas al interior de las familias. Estas eran familias ampliadas en las cuales abuelos, hijos, padres y otros familiares cercanos en la línea de consanguinidad o afinidades compartían la mayoría de actividades de producción de bienes y la prestación de servicios. Lo hacían para beneficio de todos los integrantes del grupo familiar, autoabasteciéndose y llevando los excedentes al mercado local para un trueque vecinal o intercambio comercial con el comerciante local.

Con la aparición de facilidades tecnificadas, la humanidad transita el camino hacia las especializaciones del pensamiento, del trabajo y de los roles, aparecen los conceptos de fábricas, mercados ampliados, oferta y demanda no localizada. Se dibujan nuevos conceptos, que inician como espacios de lo local, proyectándose seguidamente como industrias nacionales, para hoy verse abocadas al lugar ampliado de lo global.

Las consecuencias de prácticas erróneas orientadas por la usura, desmedida acumulación de capitales y todo lo que se ha denominado capitalismo salvaje y neoliberalismo, son el argumento para que algunos estudiosos, entre varios, Albert (1993), Caicedo (2004), Cortina (2003), Nussbaum (2012/2013) Pogge (2002), Sen (2000/2003), trabajen teorías y propuestas desde la perspectiva de que, lo comercial y lo económico no pueden ir desarticulados de la realidad y vida misma de las personas que son sus actores.

El relato escrito a finales del siglo XIX por M. Michael (Coady, 2010), sigue siendo vigente y relata premonitoriamente el actual contexto globalizado y centrado en los mercados.

Por indiferencia o falta de visión el pueblo abandonó sus derechos de consumidor que era lo único que le quedaba. Antes de la revolución industrial se tenía una economía doméstica y todo se hacía en casa. Calzado, vestidos, alimentos, todo lo que se necesitaba se hacía en casa. Aún entonces, unos pocos emprendedores vieron que podían sacar ganancias de los demás. Establecieron molinos, herrerías y otros negocios y el pueblo los permitió libremente. Pero no hubo resultados lamentables. El sistema era en pequeña escala y no podía crecer independientemente. Vinieron las máquinas y las factorías y la producción abandonó las casas para concentrarse en los grandes centros. En una palabra, la producción se escapó de las manos del pueblo. Sólo quedaron como consumidores y se resignaron, desde el momento mismo que vieron y permitieron al primer comerciante poner su tienda y señalar los precios. "Esto fue un error". Fallaron en reclamar el control de los negocios y de su dinero y permitieron que el error se incrustara en los fundamentos de la estructura económica. (p.25)

En este contexto de apertura económica y comercial mediada por la conectividad de las comunicaciones, con transaccionalidad virtual globalizada y tratados entre los Estados para permitir nuevos o ampliados mercados, en el que se plantean nuevos retos, se propone el análisis con una argumentación a favor de la Responsabilidad Social, como lo propone Portes (2006) tanto a aquellas industrias que se han desarrollado en el siglo anterior, como para los emprendedores o inversionistas que hoy intentan iniciar unas nuevas.

El sistema al sufrir sus reiterativas crisis somete al empresario a convertirse en comerciante, o a tensiones ante las que se ve obligado a cambiar. Es así cómo, desde finales del siglo de la cita, durante el pasado y lo que va corrido del presente, es cada vez más visible el debate de propuestas por una visión humana en los fundamentos de lo económico.

Tácticamente aparece y se intensifica el estudio de la “responsabilización”. Los conceptos e ideas referentes a este tema, nos dicen Alvares y otros (2009) permean la práctica y dan origen a actividades o programas, que por su sentido social, son bien recibidos desde la perspectiva de los diversos grupos involucrados – stakeholders-.

Es la práctica estratégica de la responsabilidad social empresarial –RSE-, cuya financiación se da con fondos que, por su utilización, a la vez se acreditan como exoneraciones fiscales, argumentadas como cubrimiento de los privados en acciones que deberían ser eficazmente abordadas por lo público y no lo son o, lo son deficitaria o deficientemente.

Las primeras tendencias en esta estrategia de gestión de la RSE, se orientan a fortalecer la imagen de la empresa e industria como táctica de marketing con beneficio fiscal. Sus acciones inicialmente se dirigen a personas y grupos afectados o más cercanos a la empresa (empleados, obreros, comunidades locales e involucradas por evidentes efectos no deseados en el desarrollo de sus actividades). Es solamente hasta ahora que se proponen, como tesis de esta investigación, algunos programas de RSE orientados a financiar acciones de transferencia y gestión de conocimiento e innovación tecnológica, como incidente en el encadenamiento y competitividad industrial, superando o modificando el concepto de benefactor social caritativo, ecológico o medioambientalista.

Las prácticas de RSE han sido severamente criticadas, con diversos argumentos, siendo las más fuertes, aquellas que hacen alusión a prácticas mediáticas, en las cuales las actividades, acciones o destinos que se financian nunca van con objetivos claros o, en dirección de responsabilidad concreta, no son programas de permanencia y no aportan realmente a soluciones con proyección autopropulsora para los grupos beneficiados. Este, el reto de cómo se genera la riqueza de las naciones desde Adam Smith (1941/1994) es el reto que enfrenta la propuesta que se trata de validar.

Lo observado en la investigación, cuyos primeros resultados se presentan en este artículo, corresponde a identificar la incidencia de los recursos destinados a responsabilidad social empresarial –RSE- por parte de las industrias, como contribución orientada a efectivizar su interrelación con pequeñas y medianas empresas –pymes- con un alcance adicional a unidades familiares productivas no formales – conocidas como maquiladoras o satélites-, como participantes reales de cadena y valor de la industria a la cual tributan.

La hipótesis bajo las cuales se formuló la propuesta de aplicación de recursos RSE, que se presenta a la industria textil sujeto de estudio y ha sido aceptada por ella como prueba piloto y de investigación acción, es:

H1: Destinar recursos de RSE a financiar programas de fortalecimiento para confeccionistas pyme y emprendimientos familiares satélites o, maquilas, que tributan a la línea industrial del donador, es uno de los destinos más eficaces en cuanto a incidencia social y además, por el logro de mejores niveles de eficiencia y competitividad en la cadena de valor de la misma.

El estudio, aplica el método de investigación-acción, contrastando sus resultados con estudios de caso/por selección –casos tipificados-.

El método aplicado, se concreta mediante convocatoria a concurso como incentivo a la participación voluntaria. Se les invitó a un proceso múltiple compuesto por talleres de sensibilización, de auto-diagnóstico de necesidades de aprendizaje socio empresarial y de capacitación que, una vez aprobado por los inscritos, les hace acreedores a otras etapas de acompañamiento y transferencia tecnológica.

La muestra seleccionada, se tomó de entre 300 compradores convocados al programa de RSE patrocinado por la empresa textil y aplicó a 100 de ellos inscritos al proceso de RSE propuesto como piloto. El macro universo al cual pertenece este grupo, está compuesto por 10.000 clientes compradores en 12 tiendas de distribución de la textilera. La muestra para la prueba piloto aplica, en este avance, a una (1) tienda, con un sub-universo de compradores en número de 1500.

Por último, la contratación de los estudios de caso, se llevan a cabo en la segunda fase del trabajo investigativo, esto es, en la fase de valoración de la incidencia de la propuesta de RSE, valoración aplicada a esta primera prueba piloto.

2. Complejidad y Desarrollo Social en Pymes y Familias Confeccionistas

Los dos conceptos fundamentales sobre los cuales se soporta el estudio son los de complejidad, trabajados por Morin (1990/2003) y de desarrollo desde la gestión social trabajados con anterioridad por las autoras (Pardo y otra, 2009/2010/2014) que, con rigurosidad, se asumen bajo el enfoque de la multifuncionalidad explicativa de los fenómenos sociales, económicos y empresariales, pero también del sistema y su incidencia en el esquema productivo y en las fuentes de ingreso familiar.

Para el primero, el de la complejidad, acogemos el concepto en palabras de Edgar (Morín, 1990/2003)

... es la unión de la simplicidad y la complejidad; es la unión de los procesos de simplificación, que implican selección, jerarquización, separación, reducción con otros contra-procesos que implican la comunicación, la articulación de aquello que está disociado y distinguido; y es el escapar de la alternativa entre el pensamiento reductor que no ve más que los elementos y el pensamiento globalista que no ve más que el todo. (pp.143,144)

Para conocer las cualidades y propiedades del fenómeno a estudiar, en primera instancia tenemos conocimientos simples que nos ayudarán a acercarnos a las propiedades del conjunto: *“Uno es más que la suma de las partes que la constituyen”* (p:121). Un segundo avance nos permite dilucidar que las cualidades de tal o cual tipo de expresión del fenómeno, no puede explicar plenamente su totalidad: *“El todo, es entonces, menos que la suma de las partes”* (p:121). Y es en un tercer avance, cuando se nos presenta la mayor dificultad para el entendimiento en nuestro esquema mental: *“El todo es más y, al mismo tiempo, menos que la suma de las partes”* (p:122)

Aplicado a la organización, esta teoría lleva a tratar de comprender que cada elemento siendo simple, está organizado desde una unidad sintética que contribuye al conjunto, siendo pues, pertinente estudiar el elemento pero el conjunto mismo como perceptible y cognoscible. Las causalidades desde la complejidad, permiten estudiar la organización, que siendo social, se sitúa en un mercado, como empresa, a la cual sería insuficiente darle una mirada hetero- productiva.

La empresa al producir cosas y servicios, se auto-produce a sí misma, se auto-mantiene y se auto-repara, es decir en su dialéctica de orden-desorden innovador, se generan las causalidades lineales, circulares retroactivas y recursivas en la dinámica de lo complejo. Orden, innovación, desorden y reordenamiento es la esencia de esa dinámica.

Las tres causalidades se reencuentran en todos los niveles de organización compleja. Con la sociedad y con la naturaleza, que a manera de ejemplo, igualmente se auto-producen, auto-mantienen y auto-reparan. Esos son procesos inter-dependientes y por ello inseparables.

Desde este eje se emprende el análisis de esta propuesta de Responsabilidad Social Empresarial, como base de la responsabilidad adecuada a la sociedad y circunstancias actuales. Entonces una empresa o industria que busque asumir su ethos, tiene que reconstruir las redes y tejidos que le hagan reconocer su pertenencia a esta sociedad concreta.

Se puede reconstruir esta relación desde sus raíces. Cabe entonces, dar una rápida mirada a las reflexiones de quienes han sido considerados los filósofos morales en el análisis de la propuesta capitalista. Marx, cuando en el final de su capítulo cuarto, del primer tomo de El Capital, traducido por Wenceslao Roces, hace

una descripción fenomenológica de la base para su crítica humanista a la sociedad de capitales:

La órbita de la circulación o del cambio de mercancías, dentro de cuyas fronteras se desarrolla la compra y venta de la fuerza de trabajo, era, en realidad, el verdadero paraíso de los derechos del hombre. Dentro de estos linderos, sólo reinan la libertad, la igualdad, la propiedad y Bentham. La libertad, pues el comprador o el vendedor de una mercancía, v. gr. la fuerza de trabajo, no obedecen a más ley que la de su libre voluntad. Contratan como hombres libres e iguales ante la ley. El contrato es el resultado final en que sus voluntades cobran una expresión jurídica común. La igualdad, pues compradores y vendedores sólo contratan como poseedores de mercancías, cambiando equivalente por equivalente. La propiedad, pues cada cual dispone y solamente puede disponer de lo que es suyo. Y Bentham, pues a cuantos intervienen en estos actos sólo los mueve su interés. La única fuerza que los une y los pone en relación es la fuerza del egoísmo, de su provecho personal, de su interés privado. Precisamente por eso, porque cada cual cuida solamente de sí y ninguno vela por los demás, contribuyen todos ellos, gracias a una armonía preestablecida de las cosas o bajo los auspicios de una providencia omniastuta, a realizar la obra de su provecho mutuo, de su convivencia colectiva, de su interés social.

Al abandonar esta órbita de la circulación simple o cambio de mercancías, es donde el librecambista vulgar va a buscar las ideas, los conceptos y los criterios para enjuiciar la sociedad del capital y del trabajo asalariado, parece como si cambiase algo la fisonomía de los personajes de nuestro drama. El antiguo poseedor de la fuerza de dinero abre la marcha convertido en capitalista, y tras él viene el poseedor de la fuerza de trabajo, transformado en obrero suyo; aquel pisando recio y sonriendo desdeñoso, todo ajetreado; éste tímido y receloso, de mala gana, como quién va a vender su propia pelleja y sabe la suerte que le aguarda, que se la curtan. (Marx, 1974, págs. 128,129)

Nos vienen al recuerdo los relatos de las fábricas de acero, o de aquellas extractoras del oro negro y o empresas dedicadas a la construcción de los ferrocarriles, con Rockefeller y G.P.Morgan en Estados Unidos. Pero también las correcciones de marcha que imprime Henry Ford en su industria automotriz. Inicia la modernidad para la cual en Occidente se apuesta a la democracia como paraíso de los derechos humanos, en la contradicción de la individualidad y la acumulación.

Nuevamente la filosofía nos lleva a reflexión. La democracia como escenario y marco de derechos humanos y seguridad no es posible si no se acepta que la economía se subordine a los fines de una política del bien común. Si ello no es así se convierte en una farsa y una perversa trampa para la moral en la era moderna. En 1948 se proclama por la Organización de las Naciones Unidas –ONU- la Declaración Universal de los Derechos Humanos que propone:

Toda persona tiene derecho a un nivel de vida adecuado que le asegure, así como a su familia, la salud y el bienestar; y en especial la alimentación, el vestido, la vivienda, la asistencia médica y los servicios sociales necesarios. (ONU. DUDH Art. 25, 1948)

Filósofos y economistas, Thomas (Pogge, 2002) *La pobreza en el mundo y los derechos humanos*; Amartya (Sen, 2000), *Desarrollo y libertad*; Martha Nussbaum (2011), *Fronteras de la justicia*, (Nussbaum, 2012) *Crear capacidades* y (Nussbaum M.,2013) *Sin fines de lucro. Por qué la democracia necesita de las humanidades*, entre muchos otros autores, se ocupan muy seriamente del tema de los derechos materiales y las condiciones de los seres humanos, como resultado de sus interacciones con las empresas y organizaciones de la economía. Se dan entonces los derechos conocidos como de segunda generación “económicos sociales y culturales”

¿Cómo es posible que persista la pobreza extrema de la mitad de la humanidad a pesar del enorme progreso económico y tecnológico y a pesar de las normas y de los valores morales ilustrados de nuestra civilización occidental enormemente dominante? (Pogge, 2002, pág. 15)

La economía, no obstante que se encuentra saliendo de una de sus mayores crisis, parece no aprender; aunque tiene, felizmente, en la filosofía política y las ciencias sociales soporte de reflexión para afrontar y quizás disminuir la circunstancias de injusticia ante la situación social decretada por una práctica de capitalismo sin límites.

Lo social y el desarrollo es el segundo elemento conceptual argumentativo y es la propuesta desde Kant y la filosofía moderna por una utopía de los derechos humanos; pero corresponde a los científicos de la economía de hoy, delinear la propuesta procedimental y pragmática, para que se pueda pasar de la crítica a una economía política con rostro humano.

Se trata de que no bastaría con que el Estado vuelva a su protagonismo, sino que las empresas mismas tienen que asumir responsabilidades respecto de sus incidencias sociales e impactos en la sociedad civil como un todo.

Si las empresas siguen ciegas a los desafíos de la pobreza, incluso fincadas en esa realidad para hacer sus resultados, crecerán las tensiones entre los que tienen y aquellos que no tienen mucho y quizás ni la vida misma y en consecuencia habrá más hambruna, terrorismo y mucha violencia. Son las reflexiones que podemos sintetizar de las reflexiones que hacen Adela Cortina (2003) sus discípulos y pares colegas.

En el prólogo del libro sobre *La responsabilidad ética y social universitaria. Mito o realidad*, (Alvarez, Cerda Gutierrez, Huertas, & León Mendez, 2009) el maestro Guillermo Hoyos, connotado filósofo colombiano y recientemente fallecido, al referirse al impulso adquirido por la responsabilidad social empresarial no solo en Colombia sino en el mundo comenta: *“Las palabras de Adela Cortina nos inspiran para pensar que el problema es complejo y que por tanto constituye un reto irrenunciable no solo para los empresarios, sino también para académicos que pretenden dar orientaciones a la sociedad”* (p.16).

Por supuesto y siendo una dialéctica ya mencionada, se trata de una responsabilidad no solo de las empresas, que es también de la sociedad en su conjunto, como lo expresa Amartya Sen (op.cit) al proponer un enfoque de desarrollo humano complejo, en el que además de lo ético, contribuye una observancia de los derechos humanos y garantías de unas prácticas de democracia participativa. Las empresas como orden jerarquizado inciden en la sociedad y ésta a su vez, si es libre y capaz, responde en des-orden innovador, se re-encuentra en la cultura y se re-ordena.

El desarrollo, que forma parte de este segundo eje en esta construcción, es una acepción polisémica. Para unos es una meta luego de superar fases de un recorrido lineal de acumulación de capitales y resultados en el mercado. Los que lo han logrado son desarrollados y los que no lo han hecho o por lo menos, no lo hacen igual, son subdesarrollados, pertenecen al tercer mundo o cuando menos son emergentes. Otro punto de vista es aquel que le asigna al desarrollo un sentido de proceso de autoconstrucción de *ethos* y por eso es agradable.

Para los primeros, la receta es la desatención a bobadas y embelecocos sociales que según se institucionalicen serán solucionados por la mano invisible y los efectos (migajas) del crecimiento y consolidación económica. Para los segundos es un proceso complejo de co-construcción de identidades e interrelaciones en multiversidad. En medio de estas condiciones, desde Kant y el mismo Adam Smith, se tejen las interpretaciones ideológicas de desarrollo, con las más diversas formas y propuestas de hacerlo, desde la individualización extrema hasta la planificación centralizada y estatizada, pasando por aquella a la cual la democracia le es propia per se y se queda en utopía discursiva. Enfoques que además le dan los adjetivos de valoración. Desarrollo capitalista, desarrollismo, desarrollo de economía social, desarrollo de economía liberal, liberalismo económico, etc.

Es desde este panorama que se propone el posible aporte de la empresa; tomando en cuenta que el ser humano no es solo individuo y en ello insociable, como lo analiza Adam Smith (1994) en la Riqueza de las naciones, sino también sentimiento como lo reconoce él mismo en su Teoría de los sentimientos morales (Smith, 1941). Es también y al mismo tiempo sociable (Kant) capaz de sentir compasión y hacerse responsable solidario con los demás, por cuanto son afectados por sus acciones u omisiones.

Desde estas últimas categorías Sen (2003, p.53) luego de sus serias consideraciones de justicia y desde la injusticia, indica como factores de una responsabilidad social empresarial, las tareas de:

- Fomento de la productividad y eficiencia económica.
- Desarrollo de la cooperación en el trabajo y en el mercado y fortalecimiento de la confianza.
- Prevención de la corrupción y de las irregularidades en la sociedad civil

- Protección del medio ambiente y de la sostenibilidad
- Fortalecimiento de los derechos humanos junto con el intento de eliminar la pobreza.
- Prevención contra el crimen y la violencia con el apoyo institucional.

Por su parte Cortina (2003, p 17-37) propone algunas orientaciones a las empresas, a partir de sus observaciones investigativas:

- Las empresas y organizaciones que adquieren una mayor competencia ética están mejor preparadas para anticipar el futuro y ganarle la partida. Son empresas que invierten en capital social.
- Las creencias, las convicciones y los hábitos éticos, es decir los valores de máximos son motivos de las acciones humanas y por lo tanto indispensables para el buen funcionamiento del mundo empresarial.
- Esto se traduce en un mayor beneficio tangible e intangible para todos los afectados por la actividad empresarial.
- Empresas altas de moral (empresas éticas) hacen posible que la economía cumpla su misión: satisfacer necesidades humanas con calidad y con justicia.
- Crear capital significa crear redes de confianza en la sociedad civil, donde confianza significa ciudadanía, en cuanto a capacidad de relacionarnos con extraños.
- En la era posindustrial, la empresa es una organización líder en el conjunto social. De la ética de las empresas depende en muy buena parte la ética de una sociedad.
- Una empresa cuyos miembros comparten valores éticos es más viable a mediano y largo plazos.
- Es más inteligente la cooperación que el conflicto.
- Las empresas no son máquinas, son por encima de todo, organizaciones humanas en las que es necesaria la colaboración y la comunicación como actitudes para fomentar la ética discursiva, la compasión y la solidaridad.

Es pues, se concluye, un “deber de humanidad” de las empresas e industrias contribuir a un mundo donde los seres humanos y, quizás también los no humanos, vean satisfechas sus necesidades con calidad.

Que la cooperación no es simplemente un mecanismo, sino ante todo, un espíritu. Que la forma jurídica es un vestido, una apariencia, que puede encubrir los intereses más sórdidos; y, en cambio, todos los días nos asombramos ante la fortaleza de la cooperación, espontánea en ciertos grupos naturales, que ni siquiera sospechan que la forma es un requisito de la ley para reconocer su existencia.

Que mientras no se capte la esencia de la cooperación, se estará en ella incómodo y huidizo, porque la mentalidad individualista sirve para hacer buenos negocios, pero es mala consejera cuando se trata de echar a andar una empresa de cooperación". Francisco de Paula Jaramillo (Ramírez, 1.989 p:13)

Bajo este marco le apuntamos al corazón mismo de la responsabilidad social empresarial –RSE-, como nos lo recuerda Guillermo Hoyos al referenciar a Jürgen Habermas al referirse a categorías de razón práctica y de las realidades de la vida, cuando dice que, en cuestiones de responsabilidad y resultados: “No el filósofo sino los ciudadanos deben tener la última palabra” (Habermas & Rawls, 2012, pág. 172)

3. Hallazgos y Evidencias Resultado del Trabajo Realizado

La gestión desde la propuesta de Responsabilidad Social Empresarial –RSE- se ha vuelto integrada a todos los procesos de las empresas. El inicio del estudio de la RSE se afirma aparece con la segunda guerra mundial, el sistema de capitales sufre cambios y metamorfosis y esta perspectiva toma un mayor énfasis desde los años 90´s ante la ola de escándalos financieros y del sector de capitales.

Con la caída del muro de Berlín, ante el colapso del modelo idealista del socialismo científico, dice Michel Albert (1993) quedan vigentes las siguientes variantes: Una visión de enfoque anglosajon/norteamericano; el asiático y el capitalismo renano, conocido como capitalismo con rostro humano. Esta última variante es la que mayor atención ha tenido, a partir de la voluntariedad de las empresas para atender como lo proponen Sen o Cortina. Los conceptos se transforman y los retos planteados en los siglos XX y principios del XXI llaman a reflexionar más allá de una estricta lógica de generación de riqueza y empleo.

Las empresas son conscientes de reorientar su rol como agentes de cambio y desarrollo para las comunidades donde se desenvuelven, incluso aquellas que tienen alcances mundiales.

Como respuesta a ello, las actividades de RSE han virado a favorecer mucho más concretamente a los diversos públicos con los cuales interactúan. Esta es la nueva tendencia observada en la industria textil sujeta a estudio. Poco a poco ha ido concretando componentes de RSE en sus programas; una industria que ve como oportunos unos programas dirigidos a reforzar mejoras para sus trabajadores y familias, pero igualmente, ve como su responsabilidad a los públicos compuestos por sus clientes y proveedores, entre varios.

El estudio da cuenta del esfuerzo por integrar estos públicos, antes considerados externos y fuera de alcance, a los objetivos y circuito de valor de la organización, cuando es aceptado en sí mismo por la industria, sujeto de investigación, como propuesta para adelantar una actividad de RSE diferente e integrada a los programas de gestión empresarial.

Propuesta Programa Integrado de Gestión y RSE

Diseño Curricular – Diseño instruccional e Intervención Plan de capacitación e investigación participada



Ilustración 1 Estructura de la propuesta de aplicación RSE Fuente: las autoras

Centrando la atención en la propuesta objeto de estudio, las condiciones de entrada al programa evidencian una característica fundamental de los clientes seleccionados en la muestra. Todos son diseñadores y confeccionistas de los productos que confeccionan y que ofrecen al mercado. Cada uno como cabeza de familia atiende mercados de clientes finales y a la vez, convierte su taller en taller familiar para convertirlo en maquila o satélite que, de manera individual, no ordenadamente ni en conjunto, trabaja para empresas de confección y comercialización que otrora eran estables y contaban con grandes plantas propias e instalaciones fabriles; o, en su defecto, produce a riesgo para entregar sus productos en consignación a comercios, igualmente individuales y precarios.

Estas circunstancias les obligan a una guerra permanente de precios, que termina siendo en la práctica una forma de canibalismo de contratación y puja, con serio deterioro de condiciones de trabajo y misérrimos pagos a destajo, que a su vez involucran costos ocultos con cargo al menguado ingreso familiar. Cada uno de ellos, incluso los que han avanzado en educación superior, no identifican, ni incluyen estos costos en sus cálculos, en ausencia franca de pertinente conocimiento financiero y de gestión.

El ejemplo clásico es el de la confección de una camisa que le pagan a destajo en \$5 mil pesos (US\$ 2 aproximadamente), para cuya confección el contratante entrega únicamente material textil cortado al maquilador o taller satélite. El maquilador o satélite debe aportar no solo su trabajo, a veces el de su familia, implementos

(botones, hilos, cintas, etc) y suministros que, en condiciones normales, se suministran y costean en el rubro como materia prima. Pero además dispone su taller y maquinaria, paga la energía y el transporte y nunca incluye estos elementos en el costo, pues asume que dichos costos son de su vida personal y gastos familiares.

Como dato referente y de contraste, una camisa en promedio se confecciona en 1 hora y 25 minutos. La hora equivalente a un salario mínimo legal vigente en Colombia es de \$6.825.00.(US\$3,2 aproximadamente). De entrada, el confeccionista maquilador o, satélite, al recibir solamente \$5.000.00 obtiene un detrimento de \$1.825.00 en sus ingresos por la primera hora y pierde el pago de los siguientes 25 minutos. Pero si además para cumplir con el trabajo contratado, involucra a sus familiares, sus tiempos no son pagados, amén con los costos ocultos derivados de un uso de la maquinaria, energía y transportes, entre otros varios que no se costean y que afectan adicionalmente por detrimento el ingreso y el bienestar de la familia, con sobrecarga de trabajo, muchas veces, se ubica en un segmento nivel improductivo.

El proceso a que fueron invitados los compradores de uno de los puntos de venta de la industria textil sujeto de investigación, cuyo universo es de 10.000 compradores, inicia con un taller que permite un primer auto-diagnóstico de necesidades de aprendizaje, que luego conduce a un proceso de investigación – acción participada en la que toman parte los mismos beneficiados y concluye con un programa de asignación de mentor para fortalecimiento.

Todo el proceso hace énfasis en la gestión para: construcción de gobierno y gerencia; identificación de la situación de mercado; costeo con identificación de todos los costos directos e indirectos; descubrimiento del conocimiento transferido y de las buenas prácticas de su propia gestión; y, re-proyección de sus metas de acuerdo con las competencias que se han fortalecido y construido.

Proyecto en etapa de piloto:

Punto de venta CN: Con un universo de 1.500 /10.000 compradores registrados en la empresa industrial sujeto de investigación.

Convocados a concurso	Aceptados a fase 1 de capacitación	Participan en fase 2 Investigación acción		Presentan proyectos finales a Concurso fase 383		Características: Sobre 59 exp.		
						Herederos Emp. 2ª Generación	mp. Prof.	Emp. Supervivencia
		i	o	I	O			
300 compradores	100 compradores	3	7	9 1%	4 9%	47	4	8

Ilustración 2 Cuadro de muestra y participación Fuente: las autoras

El grupo convocado es seleccionado de muestra de 300 personas, de las cuales 100 son aceptadas para la primera fase, que corresponde a la capacitación y autodiagnóstico de necesidades.

A la fase 2 de investigación acción participada solamente accede el 83% (83 personas) de los aceptados en capacitación, quienes finalmente trabajan y toman parte de la investigación en la fase de construcción co-compartida. De estos últimos, el 71% (59 casos), se declaran realmente confeccionistas y gestores - diseñadores de sus propios emprendimientos o empresas formales, por ello, trabajan y presentan sus propuestas de proyección y metas empresariales, entrando a concurso de méritos y fase 3 del proyecto, con asignación de mentor y apoyos en dinero y especie.

El 17% no participante de los 100 casos seleccionados originalmente, no son confeccionistas empresariales, son personas individuales que esporádicamente compran telas y confeccionan prendas o lencería para uso en casa.

Tomadas las 59 experiencias que continúan en el proceso, la mayoría con 47 casos, son herederos del oficio, esto es, siguieron el negocio de su madre, padre o abuelos, y son saga de una especial artesanía, con muy alto nivel de calidad de confección en sus productos y en consecuencia evidencian gran transferencia de conocimiento artesanal y empírico por práctica, con formas propias de gestión.

Doce 12 casos, de los 59, no tienen antecedentes de transferencias de conocimiento ancestral. Cuatro (4) emprendedores de entre ellos estudiaron diseño y alta costura o similares e instalan sus talleres para aplicar lo estudiado. Ellos, junto con el resto (8) de los 12 mencionados, apuestan a sobrevivir como emprendedores y con esto a la supervivencia familiar.

3.1 Características encontradas en el grupo participante en la fase de investigación

De otra parte, con referencia a su tamaño y alcances en los 59 casos que continúa esta fase, se observa que: Tres (3) se clasifican en la categoría pymes, quienes según la ley colombiana, son empresas con más de 10 empleados u operarios directos laboralmente vinculados en sus talleres.

Son talleres integrales que frecuentemente y ante un contrato fuera de su capacidad estándar subcontratan con talleres maquila o satélites. Son emprendimientos que tienen talleres de confección y a la vez tienda de ventas, vinculan laboralmente a un total de 56 empleados y operarios de tiempo completo, tiempo parcial o contrato por labor. Es decir generan empleo formal. Pero además enlazan otros 45 talleres que a su vez ocupan a 125 personas adicionales, aunque en estos casos ya es generalmente vía trabajo informal.

Tipología	Taller directo	# Personas vinculadas a taller directo	Talleres adicionales Satélites o Maquilas	# de personas adicionales vinculadas a talleres satélites y maquilas
Pyme	3	30	45	125
Confeccionistas Integrales	16	63	4	25
Gestores de negocio y diseñadores	37	57	204	226
Personas operarias/Maquilas	3	3	No	10
TOTALES	59	153	219	386

Ilustración 3 Cuadro de experiencias y alcances adicionales Fuente: Las autoras

Otros 16 emprendedores de ese total de 59, se declaran confeccionistas integrales, trabajan en forma independiente, vinculan a 63 personas como operarios por labor y atienden pedidos que generalmente desbordan su capacidad. Una característica es la de ser generadores de ocupación informal familiar, que a su vez ocupan a 25 personas más vinculadas a 4 talleres satélites adicionales.

El segmento más representativo de las 59, corresponde a 37 experiencias, con un perfil de emprendedores personas naturales, cuya característica es ser gestores de negocios comerciales y diseñadores. Trabajan adicionalmente el moldeado y corte de forma individual, para entregar la muestra de lo solicitado, a otros talleres satélites. Eventualmente, operan la confección final como maquilas, de otros talleres pymes, por lo que ocupan directamente 57 personas.

Esos talleres satélites o maquilas a quienes sirven y enlazan estos 37 emprendedores, son nuevos vinculados a la cadena de valor. Se cuentan en 204 talleres adicionales que aparecen en el espectro del programa y que a su vez, vinculan a 126 personas adicionales, en su mayoría por labor, por lo que, igualmente son generadores de ocupación informal.

Finalmente, se tienen 3 personas que se declaran confeccionistas y no entrenadas para asumir como empresarias y que, por necesidad de supervivencia, trabajan como maquilas de otros talleres homogéneos o un poco más grandes que ellos. Estos 3 confeccionistas eventualmente generan trabajo informal ocupando a otras 10 personas adicionales.

Como puede observarse en la ilustración No 3 anterior, las 59 experiencias participes de la investigación, son fuente de trabajo directo para 153 personas, pero además tienen alcance de extensión con otros 219 talleres, que a su vez ocupan a 386 personas adicionales.

4. Conclusiones

4.1. Competencias, cooperación y cadena de valor

La primera gran conclusión, incluso expresada por el Presidente (CEO) de la industria textilera patrocinadora al momento de cierre de la fase de autoaprendizaje y talleres de formación del programa propuesto, fue la de reconocer la importancia de la integralidad que se logra desde una perspectiva de complejidad frente a los objetivos estratégicos corporativos, que a su vez valida el valor de enfocar a este tipo de programas en la línea propuesta por Sen (2003, p53. Op.cit):

- “.....
- *Fomento de la productividad y eficiencia económica.*
 - *Desarrollo de la cooperación en el trabajo y en el mercado y fortalecimiento de la confianza.*
-”

4.2. Cooperación industrial y gestión del conocimiento

La segunda conclusión es la receptividad y entusiasmo con los cuales ha sido recibida y aplicada esta propuesta y la tesis que propone un programa de gestión y RSE integrado.

La transferencia y gestión del conocimiento, entendida como el aprendizaje intergeneracional acumulado, la apropiación de saberes originarios y artesanales con la innovación, enlaza de una parte y de otra, aquella necesidad de conectar entre eslabones y actores pares de una cadena industrial y de valor, antes etérea y teórica, difícil o casi imposible de aplicar entre mejor informados y desinformados. Esta conexión se hace menos densa cuando se toman en cuenta las situaciones y limitaciones del confeccionista, en nuestro caso Colombia, para comprenderlas, acompañar sus esfuerzos en auto diagnóstico y auto habilitación y para identificar evidentes caminos prácticos en el cómo hacer el encadenamiento y la inclusión de los más pequeños e informales a la cadena de valor industrial, con beneficio mutuo.

En palabras de los confeccionistas participantes:

... son fundamentales y significativos para nosotros los avances logrados, pero lo más significativo ha sido sentir la seguridad y respaldo de la industria, el interés de parte de los proveedores y la importancia de la cooperación con una nueva conciencia de cadena de calidad, a la cual todos aportamos.

4.3. Encadenamiento y competitividad industrial.

La incidencia de esta primera etapa del programa y métodos propuestos, como aplicación de una pertinente acción de Responsabilidad Social Empresarial –RSE– tiene como destinatarios iniciales a 100 presumibles confeccionistas o diseñadores. Los 59 dueños de talleres finalmente caracterizados, porque cumplieron los parámetros, alcance y definición del programa, hacen evidente un avance de espectro a 204 talleres adicionales, que en conjunto, están vinculando a 539 confeccionistas en total.

Los trabajos de contabilización y capacidad económica de los 59 talleres, base del estudio, muestran unas ventas acumuladas promedio mes actual (al momento de entrada al programa), de más de \$ 780 millones (US\$390.000 aprox) y unos resultados de \$181 millones mes (US\$65.000 aprox) que se ven menguados por circunstancias de costos ocultos y serios efectos negativos de importaciones no legítimas y contrabando.

Las metas a ser alcanzadas en las proyecciones hechas por los beneficiarios, a partir de la capacitación y fase de investigación participada, nos hablan de aplicar los métodos y conocimientos adquiridos en la gestión racionalizada en conjunto, como un claro valor agregado y de transferencia con co-construcción de conocimientos.

4.4. Cooperación y gestión de coordinación de procesos

La cooperación, como forma ordenada de cooperar en roles, actividades o procesos comunes a todos o a la mayoría y la gestión de coordinación de procesos problemáticos en la línea de producción, aparecen como una alternativa cierta para ganar eficiencias, encadenamientos y procesos con ganancias de escala.

Fruto de las actividades de co-construcción participada, se observan acuerdos de cooperación por ahora informales, con idea de formalización en cuestiones prácticas. Se han acordado, por ejemplo, estrategias de coordinación de procesos tales como enganche de personal calificado y bordado, compromisos de producción compartida y atención a pedidos de volumen, respeto y confidencialidad de diseños, entre varios.

Estos acuerdos, además de brindar soporte al propósito de una ruta de calidad, se piensan para hacer serios aportes a la cadena de valor y competitividad de la industria frente a los nuevos tratados de libre comercio –TLC- y para enfrentar la competencia legal e ilegal de países asiáticos tales como China vía Chile y Centro América u otros que han golpeado seriamente las condiciones y perspectivas de la industria.

Las ventas son proyectadas por los mismos confeccionistas en \$1.409 millones de pesos (US\$700.000 aprox) promedio mensual en conjunto, lo que significa un incremento del 50% frente al actual registrado. Estas metas, de ser alcanzadas, proporcionarán un mayor nivel de bienestar general a gestores y operarios, permitirá cubrir costos que hoy vienen siendo ocultos, mejorará el bienestar de las familias y aportará a la productividad de estas unidades con incrementos todavía indeterminados pero positivos en la competitividad del país y de la industria textil. A la postre si estas metas se dan, la cadena y la industria sujeto de investigación se verá igualmente dinamizada en sus volúmenes de producción.

Las circunstancias actuales de mercado imponen una realidad que es adversa para las grandes fábricas textiles, que han tenido que reducirse al máximo y en muchos casos convertirse en comercializadores o maquiladores de aquellas que

llegan y copan nuestros mercados. Ante ello, ha sido validado que la co-construcción de una ruta de encadenamiento, valor y calidad, soportada en una metodología de integralidad de las acciones responsables, junto con la voluntad y confianza de los pequeños y medianos talleres de confección, se constituyen en una invaluable fortaleza de cadena de valor industrial.

Aprovechar la flexibilidad de esos pequeños talleres, para que, encadenados e integrados puedan ofrecer soporte de versatilidad, mantener un nivel de innovación no posible en grandes plantas industriales, mantener y conservar sus niveles de terminado artesanal de alta calidad en las piezas y promover una coordinación orientada a la atención conjunta de requerimientos y pedidos de alto volumen. Esta percepción parece ser la mejor fortaleza de un país, que como Colombia y sus homólogos, aparecen como emergentes en la presente coyuntura de la economía y los mercados.

5. Referencias Bibliográficas

- Albert, M. (1993) Capitalismo contra capitalismo, Madrid: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Alvarez, J., Cerda Gutierrez, H., Huertas, M., & León Mendez, A. (2009). "La responsabilidad ética y social universitaria. Mito o realidad". Bogotá: Universidad Cooperativa de Colombia EDUCC.
- Caicedo, J. (2004) Gobierno corporativo: hacia un enfoque sistémico de responsabilidad social empresarial, en Revista Sota Vento, núm. 9, Universidad Externado de Colombia.
- Coady, M. M. (2010). Dueños de su propio destino (Reedición Ed. INTERCOOP ed.). Bogotá, D.C., Colombia: Universidad Cooperativa de Colombia EDUCC - Editorial Cooperativa Intercoop Ltda.
- Cortina, A. (2003). Globalización, ética y empresa. Madrid, España: Trotta.
- Marx, K. (1974). El Capital, Tomo I. México, Méjico: Fondo de Cultura Económica.
- Morín, E. (1990/2003). Introducción al pensamiento complejo (Sexta Reimpresión ed.). Barcelona, España: Editorial Gedisa S.A.
- Nussbaum, M. (2013). Sin fines de lucro. Por qué la democracia necesita de las humanidades. Madrid, España: Katz.
- Nussbaum, M. C. (2012). Crear capacidades. Propuesta para el desarrollo humano (2° Reimpresión ed.). Barcelona, España: Paidós.
- ONU. DUDH Art. 25. (1948). Declaración Universal de los derechos humanos. Conferencia Mundial de las Naciones Unidas. ONU.
- Pogge, T. (2002). La pobreza en el mundo y los derechos humanos. Barcelona : Paidós.
- Portes, M.E (2006). Estrategia y sociedad: el vínculo entre estrategia competitiva y responsabilidad social corporativa, en Harvard Business Review (en español), vol 84, núm. 12

Sen , A. (2003). Ética de la empresa y desarrollo económico, en Adela Cortina (ed) (2003) Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones. Madrid, España: Trotta.

Sen, A. (2000). Desarrollo y libertad. Bogotá, D.C., Colombia: Planeta.

Smith, A. (1941). La riqueza de las naciones Mexico, Méjico: Fondo de Cultura Económico.

Smith, A. (1994). Investigación sobre la naturaleza y causa de la riqueza de las naciones. México: Fondo de Cultura Económico.

GLOSARIO

RSE:	Responsabilidad Social Empresarial
ETHOS:	Conducta, carácter, personalidad
CFE:	Centro de Formación Empresarial
CEO:	Sigla de <i>Chief Executive Officer</i> , en inglés. Máxima autoridad de gobierno corporativo; Principal oficial ejecutivo; Presidente ejecutivo.