

**UNIVERSIDAD MILITAR  
NUEVA GRANADA**



**TITULO DEL TRABAJO O PROYECTO**  
**La cultura de la seguridad empresarial como factor del éxito y ventaja competitiva**

Armando Moreno Carvajal  
Henry Torres Chinchilla

Trabajo de grado presentado como requisito para optar por el título de especialista en administración de la seguridad para la Universidad Militar Nueva Granada

Mayor (r) Juan Carlos Contreras  
Coordinador del Programa de Seguridad

**UNIVERSIDAD MILITAR NUEVA GRANADA**  
**FACULTAD DE RELACIONES INTERNACIONALES, ESTRATEGIA Y**  
**SEGURIDAD, PROGRAMA DE SEGURIDAD**  
**BOGOTA**  
**2012**

## Resumen

El presente documento contiene una reflexión acerca de la cultura de seguridad empresarial y sus relaciones con los actores como son: El cliente, el trabajador, la sociedad, el Estado y la empresa; de cuya interacción se identifican los principios y valores que la sustentan, estos principios representan unas pautas fundamentales, duraderas y permanentes que deben ser reconocidas por las organizaciones para tener éxito en su gestión orientada a la protección de sus recursos que facilitan su permanencia y actuación en el mercado. Una cultura empresarial orientada a la seguridad puede convertirse en eje de éxito empresarial.

La metodología de investigación aplicada en el presente trabajo es la investigación descriptiva, con el método de análisis y síntesis, pues se parte de las directrices y conceptos establecidos sobre lo que es la seguridad empresarial para analizar concretamente como la aplicación de la misma constituye una herramienta para el éxito y la competencia de las organizaciones empresariales.

Constituye pues el objetivo general, determinar las ventajas y aportes de la seguridad empresarial en la consecución de la competitividad y el éxito empresarial. El propósito del presente trabajo, es invitar al lector a reflexionar acerca de la relación de la cultura de seguridad empresarial con los diferentes actores como son: Clientes y/o usuarios, trabajadores, la sociedad, el Estado y la empresa y a su vez identificar los principios y valores base para la generación de la cultura orientada a la protección de los recursos, aquellos que le permiten hacer presencia en el mercado.

## Abstract

This document contains a reflection on the culture of enterprise security and their relationships with actors such as: the client, the worker, society, the state and the enterprise of which interact and identifies the principles and values that underpin it these principles represent fundamental guidelines, durable and permanent to be recognized by organizations to succeed in managing the protection of its resources to facilitate their retention and performance in the market. A corporate culture focused on safety can become a focal point of business success.

The research methodology applied in this study is descriptive research, the method of analysis and synthesis, as it is part of the guidelines and concepts set on what the security business to discuss specifically the application of it is a tool for success and competitive business organizations.

Since the objective is usually to determine the benefits and contributions of corporate security in the pursuit of competitiveness and business success. The purpose of this paper is to invite readers to reflect on the relationship of corporate safety culture with stakeholders such as: Customers and / or users, workers, society, the state and the company and in turn identify principles and values basis for the generation of culture-oriented resource protection, those that allow you to market presence.

## La seguridad empresarial

Conceptualizar la seguridad empresarial resulta complejo puesto que en ella se integran diferentes componentes y características que deben ser tenidas en cuenta para efectos académicos y prácticos, motivo por el cual se tiene que la misma en una simple concepción constituye un conjunto de recursos con los cuales la empresa debe minimizar los riesgos que se puedan generar, por lo cual enfrentar estos riesgos constituye un trabajo esencial de la organización empresarial que a su vez la vuelve competitiva y le permite constituirse en una hermética organización .

Con base en lo anterior, se tiene que para lograr los objetivos empresariales de satisfacción de necesidades, posicionamiento, crecimiento y estabilidad en el mercado, así como rentabilidad económica, social y ambiental; las empresas deben disponer de sus recursos humanos, financieros, técnicos y tecnológicos los cuales, requieren ser administrados en forma eficiente y por ende deben implementar acciones orientadas a la protección de estos recursos, que les permitan identificar y controlar los riesgos a los cuales se encuentran expuestos durante la operación de su negocio y así evitar y/o mitigar las pérdidas que esto ocasiona; de aquí se desprende la importancia de que las empresas generen al interior de sí mismas, una cultura de seguridad empresarial de tal forma que se constituya en un factor principal de éxito y a su vez fuente generadora de ventajas comparativas y competitivas; sin embargo este concepto no puede ser una definición abstracta; por el contrario cobra sentido en la interacción con clientes y/o usuarios, trabajadores, la sociedad, el Estado y la misma empresa; es aquí, en esta relación, donde surgen los principios y valores que la retroalimentan, así lo sustentan diversos autores.

Yvan Allaire y Mihaela E. Firsirotu (1992) hacen un importante aporte en su libro “Cultura Organizacional” (Marín Marin, 1994), acerca de la relación de las empresas con los actores que interactúan en su medio ambiente, según estos autores, “la escuela funcional - estructuralista refuerza el supuesto de que las organizaciones son sistemas socioculturales funcionales y están necesariamente en armonía con el macrosistema en el plano cultural, las organizaciones están profundamente infiltradas por los valores del sistema social ambiental y que este vínculo es muy estrecho y necesario para la organización, a fin de legitimar sus metas y sus actividades”; de igual manera, el postulado fundamental del funcionalismo (Malinowski:1982), dice que “si las instituciones sociales y las manifestaciones culturales no atienden los intereses de los individuos y no satisfacen las necesidades de los miembros de una sociedad, tienen que desaparecer” (Marín Marin, 1994).

En consecuencia, se debe revisar inicialmente el concepto de cultura, para ello se adelanta la consulta de diversos estudiosos en el tema, así:

Según Pettigrew (1979), la cultura de una empresa se manifiesta por símbolos, lenguajes, ritos, mitos, que son creados y difundidos por ciertos directivos para influir sobre el comportamiento de los miembros de la empresa.

Para Ansoff (1985), la cultura es el conjunto de normas y valores de un grupo social que determinan sus preferencias por un tipo concreto de comportamiento estratégico.

Según Barnertt (1990), la cultura de una empresa es el conjunto de las formas de conducirse, es decir, de comportarse y de pensar, que son necesarias en un grupo dado.

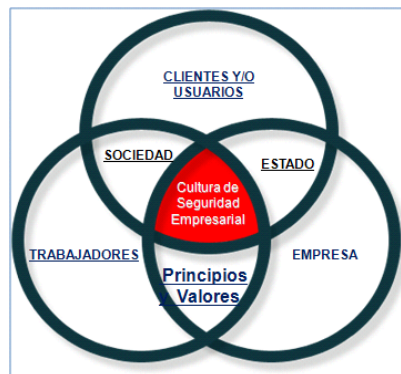
Katz y Khan (1970), mencionan que “toda organización crea su propia cultura o clima, con sus propios tabúes, costumbres y estilos. El clima o cultura del sistema refleja tanto las normas y valores del sistema formal como su reinterpretación en el sistema informal (...) así como refleja las presiones internas y externas de los tipos de personas que la organización atrae, de sus procesos de trabajo y distribución física, de las modalidades de comunicación y del ejercicio de la autoridad dentro del sistema”.

Con base en el aporte de los autores antes mencionados, se puede afirmar que la cultura se genera a partir de la interrelación de grupos sociales, de sus formas de pensar y de comportarse y se manifiesta a través de símbolos, lenguajes, ritos, mitos, normas, principios y valores. Según (Stephen R. Covey: 1990), los principios son “leyes naturales en la dimensión humana que gobiernan la efectividad y que no pueden quebrantarse. Estos principios representan verdades profundas, fundamentales, duraderas, universales y permanentes que han sido reconocidas por todas las civilizaciones importantes a través del tiempo”.

#### Cultura de la seguridad empresarial

La seguridad empresarial de conformidad con lo discurrido, que es esencial y por tanto es la transformación del concepto tradicional de seguridad desde un centro de costo hacia un centro de beneficio, agregando valor y aportando productividad y competitividad. Así pues, representa la nueva visión de la incorporación del ciclo de vida de Seguridad (prevenir-detectar-responder-recuperar) en el ciclo de vida del Negocio.

#### RELACIÓN DE LA SEGURIDAD EMPRESARIAL



**Figura 1 Relación de la Seguridad Empresarial. 2011. Fuente:** Autor

Es importante resaltar que las acciones, principios y valores que sustentan la gestión gerencial hacia la generación de la cultura de la seguridad empresarial pueden demostrar un comportamiento estratégico de la empresa, que posibilita su permanencia, posicionamiento y crecimiento en el mercado.

Ahora bien, indagando acerca de la relación de la cultura de seguridad empresarial con los diferentes actores, surgen las siguientes reflexiones:

- **Con respecto a su relación con los clientes y/o usuarios:**

En la relación entre las empresas y sus clientes y/o usuarios, la generación de una cultura de seguridad empresarial será un factor preponderante del éxito en los negocios. Y ello es así porque:

Los clientes y/o usuarios son el centro de atención de las empresas, su objetivo de gran valor es identificarlos, atraerlos y retenerlos, en procura de aumentar su nivel de satisfacción hasta lograr su vinculación, lealtad y fidelidad; sin embargo si desea lealtad por parte de los

clientes, también debe existir lealtad por parte de las empresas; así lo menciona (Reichheld: 1996), “es necesario que las empresas implementen un proceso social y directivo orientado a establecer y cultivar relaciones con los clientes, creando vínculos con beneficios para cada una de las partes, incluyendo a vendedores, distribuidores y a cada uno de los interlocutores fundamentales para el mantenimiento y explotación de la relación”.

Por lo tanto, las empresas deben hacer que las expectativas de los clientes coincidan con el desempeño de la empresa. Es así como se crea una interrelación entre los clientes y la empresa, donde estos esperan se les atienda de la mejor manera. La empresa por su parte debe generar un equilibrio entre sus objetivos y los del cliente, siendo importante establecer, una relación de beneficio mutuo, satisfacción plena del cliente y mayores ingresos, eficiencia operativa y rentabilidad para la empresa. La satisfacción de los clientes dependerá del desempeño percibido de un producto y/o servicio en relación con sus expectativas; se trata entonces según (Armstrong Gary y Kotler Philip: 2001), de generar “Una estrategia centrada en el cliente, que busca un crecimiento en beneficios a través de proporcionar un mayor valor al mismo”; así lo confirma (Wise Tom: 1999) quien dice que “Una estrategia de negocios que busca construir pro activamente un sesgo o preferencia por una organización con sus empleados, canales y cliente, resulta en una mayor retención y un rendimiento económico superior”

Por los planteamientos antes definidos, la empresa debe marcar la diferencia, en un entorno cada vez más competitivo; es preciso generar su propia cadena de valor; requiere incorporar nuevas estrategias generadoras de valor relacionadas con el compromiso con los clientes, estándares de servicio enfocados al cliente que definen la calidad del contacto con el cliente (tiempos de respuesta, comportamiento en la atención), capacitación y delegación de



autoridad a los trabajadores, administración efectiva de las quejas como una fuente de ayuda que aportan ideas para la mejora de productos y procesos; incorporar procesos estratégicos que agreguen valor para optimizar el trabajo y la productividad en la organización. Porter, define el valor como la suma de los beneficios percibidos que el cliente recibe menos los costos percibidos por él al adquirir y usar un producto o servicio.

Estas estrategias deben apoyarse en información precisa acerca del nivel de calidad del servicio que las empresas están brindando, en una eficiente comunicación que le permitan garantizar un clima de confianza, aceptación y aportación de ventajas competitivas.

Se trata entonces, según Hax Almon y Majluf Nicolás (Hax Arnold: 1955), de lograr un conjunto de procesos sistemáticos que integren los componentes humanos, técnicos y tecnológicos, entre otros, para lograr una mejor gestión del negocio. Implicando la adquisición y desarrollo de conocimiento sobre clientes para usar así esta información en los puntos de contacto, obteniendo así mayores ingresos y eficiencia operativa”.

En el marco de la seguridad empresarial, los aspectos arriba mencionados, deben ser considerados en el plan de riesgos, que serán todos aquellos aspectos que al interior de las empresas pueden llegar a obstaculizar o entorpecer el cumplimiento de su misión y que si no se identifican y controlan a tiempo pueden afectar adversamente al negocio; de allí que la gestión de la seguridad empresarial en las organizaciones, debe estar enfocada a identificar los riesgos así como las acciones necesarias para su eliminación, mitigación y/o control, de tal forma que genere un clima de confianza para los clientes; como lo afirma (Reichheld: 1996), “las empresas deben desarrollar acciones o iniciativas hacia sus diferentes públicos, dirigidos a conseguir su satisfacción en el tiempo, mediante la oferta de servicios y productos ajustados a

sus necesidades y expectativas, con el objeto de garantizar un clima de confianza, aceptación y aportación de ventajas competitivas que impida la fuga hacia otros competidores”.

Es importante a efectos de materializar la seguridad empresarial que se tenga en cuenta un efectivo plan de riesgos que se sintetiza en cuatro opciones importantes

La primera de ellas es evitar con una adecuada planificación, la cual se logra mediante la evaluación de riesgos ubicándolo en bajo, moderado y alto, con lo cual se priorizan los objetivos de trabajo de la empresa. Una segunda opción es reducir los riesgos analizando la probabilidad de ocurrencia de un evento pues puede ser reducida y por tanto enfrentarlos si suceden o lo más importante prevenirlos. La tercera opción es retener los riesgos, siempre manejando la jerarquización de ellos y finalmente la transferencia de riesgos. Así pues, si se maneja este plan de riesgos ante la presencia del mismo se han de tomar acciones contundentes que puedan conllevar a enfrentarlo con éxito y allí está la necesidad de manejar un importante esquema de seguridad empresarial.

- **Con respecto a su relación con los trabajadores:**

Para la generación de la cultura de la seguridad empresarial al interior de las organizaciones se requiere dar cumplimiento en diversas condiciones en relación con los trabajadores, como son: La participación activa, dinámica de los trabajadores; una permanente y adecuada comunicación “empresa – trabajadores”; la comprensión de que los trabajadores son seres humanos que piensan, sienten y actúan; la importancia del diseño del puesto de trabajo entre otros aspectos. Las siguientes razones justifican esta afirmación:

- ✓ Los factores de productividad, eficiencia y calidad dependen casi exclusivamente de las condiciones en que trabajan las personas. "Making it America", un libro escrito por Jerry Jasinowski y Robert Hamrin (Simon & Schuster), analiza en detalle cómo hizo Estados Unidos para lograr el resurgimiento de su producción y, a través de una serie de estudios de caso, explica cuáles son los caminos posibles para resurgir y triunfar, caminos todos que agregan valor a los productos o servicios y concluye que “la ventaja competitiva se encuentra en la gente”.
  
- ✓ Para llevar a cabo un programa de seguridad empresarial se requiere crear espacios, oportunidades y estrategias de enseñanza que permita capacitar a los trabajadores, en forma permanente y periódica; de tal manera que desarrollen competencias relacionadas con la identificación, análisis y control del riesgo, entre otros aspectos de su vida personal, familiar, laboral. Capacitar y re-capacitar es la clave. La capacitación es una forma directa de aumentar la productividad, bajar costos, introducir nuevas tecnologías de fabricación o reestructurar la forma de trabajar mediante los equipos auto dirigidos de trabajo, entre otras estrategias y beneficios.

Desde la óptica de la efectividad personal, efectividad organizacional y cultura del éxito, (COVEY Stephen R.:1998), hace un aporte muy importante, él afirma que “Las personas necesitan crear sus propios espacios de aprendizaje en los cuales les permita recrear su filosofía de vida mediante la práctica de los siete hábitos *de la gente altamente efectiva; son hábitos que encarnan principios esenciales arraigados en nuestra conciencia moral y en nuestro sentido común. Los hábitos de la efectividad, son los siguientes: 1. Sea proactivo -hábito de la responsabilidad-; 2. Empiece con un fin en mente -hábito del liderazgo personal-; 3. Establezca primero lo primero -hábito de la administración personal-; 4. Piense en ganar /*

ganar -hábito del beneficio mutuo-; 5. Procure primero comprender y después ser comprendido -hábito de la comunicación efectiva-; 6. Sinergice -hábito de la interdependencia-; y 7. Afile la sierra -hábito de la mejora continua-.

- ✓ La empresa debe demostrar el grado de compromiso con la seguridad de los trabajadores y analizar en forma permanente las situaciones que pueden generar accidentes y demás situaciones adversas que atentan contra el cumplimiento de su misión; muchas de estas situaciones pueden ser previsibles, tanto en su alcance como en su dirección, debido a los controles y clima interno creados y generados por la dirección de la empresa.
  
- ✓ Daniel Goleman incorpora el término emoción para comprender la dimensión de las actuaciones de los seres humanos y escribió en su libro “*La inteligencia emocional* (1995)”, lo siguiente: “Utilizo el término *emoción* para referirme a un sentimiento y sus pensamientos característicos, a estados psicológicos y biológicos y a una variedad de tendencias a actuar. Existen cientos de emociones, junto con sus combinaciones, variables, mutaciones y matices. En efecto, existen en la emoción más sutilezas de las que podemos nombrar, que influyen en la vida de las personas y de las organizaciones y que deberían tenerse en cuenta para su actuación”.
  
- ✓ En el ámbito de la relación entre la seguridad empresarial y el trabajador, también se debe tener en cuenta que el puesto de trabajo requiere diseño y perfilación viable para la persona que lo desempeñe. “Un diseño del puesto de trabajo erróneo es fuente principal de desmotivación, insatisfacción y baja productividad de los recursos humanos. (Malik, 2000)”. Mondy (1997) señala: “el diseño de puestos consiste en

determinar las actividades específicas que se deben desarrollar, los métodos utilizados para desarrollarlas, y cómo se relaciona el puesto con los demás trabajos en la organización”.

Chiavenato (1999) en su libro *Gestión del Talento* agrega: “el diseño de los cargos es el proceso de organización del trabajo a través de las tareas necesarias para desempeñar un cargo específico. Incluye el contenido del cargo, las calificaciones del ocupante y las recompensas de cada cargo para atender las necesidades de los empleados y de la organización”.

De los aspectos antes mencionados se puede extractar como principios o valores que conforman la cultura de la seguridad empresarial los siguientes: Participación, comunicación y capacitación de los trabajadores en todos los aspectos dentro de la organización que les conciernen.

- **Con respecto a su relación con la sociedad:**

Una cultura de las organizaciones hacia la seguridad empresarial tiene importantes impactos en la sociedad. A continuación sustento esta afirmación: Juan Jacobo Rousseau, en su obra, “*El Contrato Social*” (1996), destaca el significado de la libertad y la igualdad y para su recuperación, considera necesario la realización de un pacto entre los individuos; según sus propias palabras: “encontrar una forma de asociación que defienda y proteja con toda la fuerza común a la persona y los bienes de cada asociado y, en virtud de la cual, uniéndose cada uno a todos, no obedezca, sin embargo, más que a sí mismo y permanezca tan libre como antes” Es decir, mediante el contrato existe un acuerdo entre las personas para contribuir a una sana convivencia entre ellos y lo que los rodea.

En este marco, se busca la igualdad de derechos, entendida como que nadie quede fuera del margen de lo establecido. El año 2010, uno de los temas importantes, en el foro económico de Davos, fue el comportamiento ético de las organizaciones y de las personas dentro del sistema de la sociedad y en los discursos, por sobre definiciones de tipo económico “como rentabilidad, eficiencia o gestión”, se afirmó la necesidad de “preservar los valores básicos”, “conservar la esencia cultural” o “defenderse de la pérdida de identidad”.

Esta recuperación nos compromete más a reflexionar sobre la ética para orientar nuestras conductas como personas y como organizaciones en el ámbito de un concepto de libertad, como diría Jean Paul Sartre, “...estamos condenados a la libertad”. Una libertad relativa, es cierto, pero sobre la que vamos perfeccionando la conciencia, despertando a la realidad que nos rodea, como aquello que nos permite replantear y redimensiona nuestras actitudes y con esa conciencia se construyen las relaciones cotidianas de las cuales hace parte la seguridad empresarial. El marco social, es el marco de la ética. Según Fernando Savater (Savater, 1999) la valoración de nuestro comportamiento se mide con relación a los impactos sobre los demás. La ética no existe sin contenido social, sin la existencia de “el otro”, y esto implica la necesidad de convivencia”.

De la reflexión anterior se puede definir como principios y valores que alimentan la generación de una cultura de seguridad empresarial en las organizaciones el hecho de tener conciencia de que todas las acciones que se emprendan en este sentido tendrán incidencia en la vida de la sociedad y que están relacionados con los derechos de los seres humanos a la igualdad de recibir las mismas y mejores condiciones en el servicio.

- **Con respecto a su relación con el Estado:**

La cultura de la seguridad empresarial tiene relación con el Estado. A continuación presento la reflexión acerca de esta afirmación:

El Estado se fundamenta en el reconocimiento y garantía de los derechos fundamentales de los ciudadanos, en el marco de la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano, como un valor esencial de la Constitución Nacional

En correspondencia con los principios, fines y funciones del Estado, está llamado a velar por los derechos individuales y sociales de las personas las cuales deben vivir en condiciones de trabajo, salud, educación, seguridad social, paz, desarrollo; por lo tanto promulga las leyes en tal sentido que pueda dar cumplimiento a su responsabilidad. El Derecho Internacional regula las relaciones ante lo cual el irrespeto a los derechos constituye un atentado a la convivencia internacional; así lo confirma (Hart: 2005), quien menciona que: “Cultura, ética, derecho y política solidaria son las categorías principales del cualquier pensamiento político o filosófico que aspire a prevalecer en el mundo del siglo XXI”. Según el profesor Fernández Bulté (1997), En la aspiración democrática de los ciudadanos y del Estado de Derecho, “Se trata, que suponga la participación directa, activa y consciente del pueblo en toda la vida social y política. También en la vida económica”.

Retomando los aspectos anteriores relacionados con el Estado y su responsabilidad y a su vez enlazando con los principios y valores de la cultura de la seguridad empresarial, se puede pensar que todas las acciones que se adelanten en la gestión empresarial deben consultar la normatividad que rige en el país y que marca la relación entre las empresas y el Estado.

- **Con respecto a su relación con la empresa:**

Desde el punto de vista empresarial y la cultura de la seguridad empresarial, se hace alusión acerca de los niveles de efectividad.

Según Stephen R. Covey, existen niveles de efectividad y son los siguientes: 1. Efectividad personal, 2. Efectividad interpersonal, 3. Efectividad gerencial y 4. Efectividad organizacional, todos ellos soportados por el principio de alineamiento que le permite organizar a las personas en armonía con las líneas maestras de la organización. Covey, establece muy claramente que los hábitos de la efectividad personal y organizacional deben ser aplicados en forma integral, interrelacionada y secuencial. Los siete hábitos de la efectividad personal y organizacional deben ser aplicados en forma integral para propiciar precisamente su sinergia. Lo anterior permite afirmar que la organización no puede realizar acciones al margen de su entorno tanto en el nivel inmediato como externo a ella; toda su gestión deberá estar alineada con los actores que conforman su sistema empresarial, de esta manera podrá tener éxito en el logro de sus objetivos en cumplimiento a su misión institucional.

#### Principios y Valores pilares de la Cultura de la Seguridad Empresarial

Como resultado de las reflexiones realizadas en el transcurso de este ensayo se identifican los principios y valores que enriquecen y le dan sentido y significado a la cultura de seguridad empresarial.



**Principios y Valores que fundamentan la Cultura de la Seguridad Empresarial.**

<b>Principio/ Valor</b>	<b>Relación</b>	<b>Descripción</b>	<b>Acciones sugeridas para las empresas</b>
Identificación, eliminación, mitigación y/o control en forma periódica y permanente de los riesgos en la relación cliente – empresa.	Seguridad Empresarial -  Cliente	Se trata de identificar aquellos aspectos adversos que pueden afectar en forma negativa la relación de la empresa con sus clientes.	Incorporar las acciones necesarias para la eliminación, mitigación y/o control de los riesgos que atenten contra el clima de confianza entre la empresa y sus clientes y/o usuarios.
Participación, comunicación y capacitación de los trabajadores en todos los aspectos dentro de la organización que les conciernen.	Seguridad Empresarial -  Trabajador	Es comprender que la seguridad empresarial se implementa a partir de la participación de los trabajadores; por lo tanto deben ser integrados al sistema.	Generar espacios permanentes, estrategias y acciones orientadas a integrar, capacitar y motivar a los trabajadores en las decisiones que les conciernen

Principio/ Valor	Relación	Descripción	Acciones sugeridas para las empresas
Conciencia de que todas las acciones que se emprendan en sentido de la seguridad empresarial tendrán incidencia en la vida de la sociedad.	Seguridad Empresarial - Sociedad	Se trata de encontrar en la cultura de la seguridad empresarial una trascendencia social.	Tener en cuenta en el diseño del plan de seguridad empresarial la relevancia e incidencia social de sus acciones.
Alineación del plan de gestión de la cultura de seguridad empresarial con las normas vigentes en el país.	Seguridad Empresarial - Estado	Se requiere alinear la política de las empresas en relación con la cultura de la seguridad empresarial con las normas que son promulgadas por el Estado en cumplimiento de su función social.	Se sugiere una permanente actualización e investigación de las normas que existen en el país y que inciden en el plan de gestión de la empresa en relación con la cultura de seguridad empresarial.

**Fuente:** Autor

## **Conclusiones y recomendaciones**

El éxito de las empresas radica en mantener un equilibrio y acción para enfrentar los retos del futuro, así como estar organizada de una forma que le permita enfrentar los retos diarios, retos y oportunidades, muy posiblemente no todos los que se podrían plasmar, pero si, al menos, los que parecen más relevantes para entender la realidad y el futuro que se acerca a gran rapidez, sirven para justificar los desafíos a que deberán hacer frente los directivos de las empresas en el nuevo milenio, al menos, en las primeras décadas del siglo XXI.

Estas claves pretenden influir en un nuevo “estilo de pensar”, en la constitución de un nuevo pensamiento directivo, que las evidencias empíricas y las “mejores prácticas” observadas parece que auguran una consecución feliz o afortunada de los fines pretendidos por las empresas en la economía actual, posiblemente lo que siempre se deseó en épocas anteriores de la “vieja economía”.

Por ello este “estilo de pensar”, mira al futuro, pero reflexiona sobre el conocimiento del pasado, es innovador pero también cauto y reflexivo, pretende incorporar a la inteligencia las emociones y los sentimientos y, en definitiva, crea una guía para el pensamiento-acción más humanista y con dosis importantes de recuperación de lo que representa vivir en la sociedad con determinada ética, ya que todo no vale, y con un compromiso con aquélla, con los que la componen, ya que si ello no fuera así el poder o la fuerza incommensurable de las nuevas tecnologías para crear un mundo nuevo, en trastocar las leyes de la naturaleza, harían que la sociedad se convirtiera en un Saturno mitológico, “devorando a los agentes que la componen” y provocando un riesgo innecesario de posible autodestrucción. ¡Eh aquí! la

importancia del nuevo “estilo de pensar”, del papel relevante del pensamiento integrado e integrador y de la presencia de personas emprendedoras, que serán las que orientarán el rumbo empresarial inmerso en un mundo lleno de incertidumbre pero que todos deseamos alumbra en un final lo más feliz “para todos”.

Como se puede evidenciar se tiene que la seguridad empresarial debe adecuarse a las exigencias de hoy y tiene relaciones importantes con los clientes, el estado y la sociedad que ya se vieron precedentemente y que bien se pueden traer a colación, así pues, con respecto a su relación con los clientes y/o usuarios, se identifica como principio y valor fundamental que alimenta la cultura de la seguridad empresarial, la identificación periódica e incorporación en el plan de riesgos de la empresa, aquellos aspectos adversos que pueden llegar a obstaculizar o entorpecer la calidad en la atención a los clientes y desestabilizar el equilibrio entre la satisfacción de las necesidades de los clientes y la rentabilidad de la empresa.

La generación de la cultura de la seguridad empresarial al interior de las organizaciones será posible en la medida en que se integre a los trabajadores mediante la participación, capacitación y comunicación en los aspectos que les conciernen.

La cultura de la seguridad empresarial tiene incidencia en la vida de la sociedad, en sus derechos a la igualdad y de igual manera en su gestión, las organizaciones tendrán que consultar las normas que rigen en el país y que son promulgadas por el Estado en cumplimiento de su función social.

Los hábitos de la efectividad personal y organizacional deben ser aplicados en forma integral, interrelacionada y secuencial.

Ahora bien, la efectividad de las políticas de seguridad empresarial debe ir de la mano con el compromiso de las organizaciones, como una práctica eficiente de lo que es la prevención de accidentes y, llamada hoy **Cultura de Seguridad**. Ésta engloba a las estructuras prácticas, políticas y sistemas de control, diseñados para reducir los accidentes y riesgos dentro de una organización. Se debe aplicar in extensu lo que es la seguridad empresarial entendida siempre como el conjunto de procedimientos y normas de naturaleza técnica, legal y administrativa, orientado a la protección del riesgo de todo tipo en la empresa, así como a mantener la continuidad del proceso productivo y la intangibilidad patrimonial

La Cultura de Seguridad comprende pues un conjunto de prácticas, valores y creencias que, siendo apoyadas por todos los niveles que forman la Dirección de la organización, implican una dinámica tendente a la eliminación o reducción de los riesgos derivados del trabajo, de la empresa y de la tecnología, así como su interacción con el mercado.

En consecuencia, para la puesta en práctica de la Seguridad Empresarial y, específicamente, para poder implantar y poner en práctica lo que se ha denominado como Cultura de Seguridad, ésta deberá implicar fundamentalmente a las áreas de un sistema de gestión de seguridad, que se oriente a que toda política de seguridad y prevención de riesgos deberá estar enfocada a los valores y metas a los que apunte la organización, es indispensable que se incentive la participación de todos los agentes empresariales en las actividades de la Empresa. Es indispensable buscar la capacitación de quienes conforman el recurso humano empresarial pues transferencia de información es vital para el conocimiento de riesgos dentro de la misma organización y finalmente la empresa en su esquema de organización deberá buscar los métodos para controlar y analizar las actividades realizadas, ya sea para una

estadística de comparación de la aplicación de las medidas tomadas o para una retroalimentación y su respectiva mejora.

Como se puede ver, todas estas actividades de Gestión de Seguridad dependen desde la alta Dirección hasta el último de los empleados y el compromiso de éstos con la organización y con la conciencia, compromiso y las actitudes positivas que se tomen en favor de la seguridad y prevención de accidentes. También será necesario que la empresa cuente con todos los requerimientos físicos y económicos actualizados, los cuales permitan llevar a cabo la implementación de la Gestión de Seguridad que ayudarán a que la empresa baje su índice de accidentes o riesgos en las áreas de trabajo y aumentará tanto la productividad como el rendimiento de la organización.

En conclusión, para la implementación de nuevos Programas de Seguridad que permitan la mejora y el cambio de Cultura de Seguridad en una organización, es de vital importancia que tanto los trabajadores como la organización misma sientan el compromiso y el sentido de propiedad de sus Programas de Seguridad, promoviendo en el personal un orgullo de apropiación del sentido de responsabilidad como de los logros obtenidos con el mismo.

En el marco de la cultura de seguridad empresarial se sugiere a las empresas incorporar acciones necesarias para la eliminación, mitigación y/o control de los riesgos que atenten contra el clima de confianza que busca generar en sus relaciones con sus clientes y/o usuarios.

Se sugiere a las organizaciones tener en cuenta que la generación de la cultura de la seguridad empresarial solamente se puede dar en la medida de la integración de los trabajadores mediante la participación, capacitación y comunicación en los aspectos que les

conciernen y además comprender que estas acciones tendrán incidencia en la vida de la sociedad.

Como resultado de la relación cultura de la seguridad empresarial con el Estado, se sugiere a las empresas que para elaborar su plan de gestión deben consultar las normas vigentes relacionadas con su sector económico que inciden en las acciones que se proyecten.

Finalmente se invita a las empresas, a hacer de la seguridad empresarial un factor crítico de éxito y fuente de ventaja competitiva porque crea confianza entre sus actores: clientes, trabajadores, sociedad, Estado; base fundamental de los negocios promisorios, duraderos y exitosos.

## Bibliografía

Bennett William J., El libro de las virtudes, Javier Vergara, Editor 1998.

Burke W. Warne, Desarrollo organizacional, Addison - Wesley Iberoamericana 1988.

Chiavenato Idalberto, Administración de recursos humanos, Mc Graw Hill, México 1990.

Comer Michael J., El fraude en la empresa, Deusto 1993.

Consejo Colombiano de Seguridad, Charlas de seguridad en cinco minutos, Futura S.A.

Covey Stephen R., Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva, Paidós, España 1998

De Bono Edward, El texto de la sabiduría, Norma 1997.

Egan Gerard, El valor agregado de los empleados en las organizaciones, Prentice Hall  
Hispanoamericana 1996.

Fronzoni Risieri, Qué son los valores?, Fondo de la cultura económica 1997.

Giraud Beatrice, La cultura en la empresa

Goleman Daniel, La inteligencia emocional, Javier Vergara, Editor 1996.



Gordon R. Sullivan & HARPER Michael V. La Esperanza no es un método, Proceso de reingeniería del Ejército de los Estados Unidos,

Jago A.L., Empresas Triunfadoras, Legis 1991

Kuhn Thomas S., Fondo de cultura económica 1998

Marín Marín, Henry, Desarrollo Organizacional y Gerenciamiento Cultural. 1996

Marín Marín, Henry. Cultura, poder y cambio organizacional. Revista DYNA. (Colombia.) 118. 1994. 50p.

Peña Rogelio E., Constitución política de Colombia, Ecoe Ediciones 1998.

Sena, Nueva Cultura Organizacional, 1996.

Reichheld Frederick F., El efecto de la lealtad, Norma 1996.

Rousseau Juan Jacobo, El contrato social, Editorial Porrúa 1996.

Rubio Jaime, Cultura y Organización

Sánchez V. Adolfo, Ética, Grijalbo 1996

Savater Fernando, Ética para amador, Ariel 1998

Savater Fernando, La dimensión ética de la empresa, Fundación Social 1998.

Silva M. Hernando S.J., Reflexiones cristianas para empresarios, Centro Editorial Javeriano 1995.

Toro Fernando, Clima organizacional y productividad laboral.

Villapalos Gustavo y LOPEZ Alfonso, El libro de los valores

West Harry, Cómo evitar el fraude en la empresa, Deusto 1993.