

Responsabilidad social e impacto de los autoservicios de la ciudad de Palmira Valle del Cauca en el posconflicto¹

Oscar Eduardo Sánchez² Marino Rengifo García³ Aldivey García⁴
Jenny Román Arias⁵

RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado “Responsabilidad Social e Impacto de los Autoservicios de la Ciudad de Palmira- Valle del Cauca en el posconflicto” se desarrolla durante el año 2017 en la ciudad de Palmira en el marco del semillero de investigación estudios sobre organizaciones en la Línea de Emprendimiento, del programa de administración de empresas de la Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Palmira ; el presente trabajo investigativo contempla dentro de sus objetivos identificar las organizaciones empresariales en la ciudad, conocer el impacto en la sociedad y su forma de afrontar la coyuntura histórica que atraviesa el país.

Palabras claves: Organizaciones empresariales, Autoservicios, impacto, posconflicto, Palmira.

ABSTRACT

The present research work titled "Social Responsibility and Impact of the Self-services of the City of Palmira-Valle del Cauca in the Post-Conflict" is developed during the year 2017 in the city of Palmira

¹ La presente ponencia hace parte de la investigación Educación para el emprendimiento, adscrita al grupo de Pedagogía y Desarrollo Humano y el semillero de investigación estudios sobre organizaciones en la Línea de Emprendimiento del programa Administración de Empresas de la Universidad Pontificia bolivariana Seccional Palmira.

² Doctorando en Educación; Magíster en Economía; Especialista en Gerencia Financiera; Administrador de Empresas. (Grupo de Investigación en Pedagogía y Desarrollo Humano); (Programa Administración de Empresas); (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: oscareduardo.sanchez@upb.edu.co

³ Doctorando en Sociedad de la Información y el Conocimiento; Magíster en Intervención Social en las Sociedades del Conocimiento; Economista (Grupo de Investigación en Pedagogía y Desarrollo Humano); (Programa Administración de Empresas); (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: marino.rengifo@upb.edu.co

⁴ Estudiante del programa de administración de empresas, (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: aldivey.garcia@upb.edu.co

⁵ Estudiante del programa de administración de empresas, (Universidad Pontificia Bolivariana); (Palmira); (Colombia); Correo electrónico: jenny.roman@upb.edu.co

in the framework of the research laboratory studies on organizations in the Line of Entrepreneurship, of the business administration program of the Pontifical University Bolivarian Palmira Section; contemplates within its objectives to identify the business organizations in the city, to know the impact in the society and its way of facing the historical situation that crosses the country.

Key words: Business organizations, Self-services, impact, post-conflict, Palmira.

INTRODUCCIÓN

Colombia asume uno de los retos más importantes para su historia, el proceso de posconflicto. Después de 52 años de conflicto se llega a la terminación de la confrontación entre el Gobierno y las FARC-EP. El conflicto social y armado se originó principalmente por las desigualdades sociales y la expropiación de tierras a los campesinos; después de 6 años de negociación, en los acuerdos de paz, se han pactado varios puntos como: Reforma rural integral, participación política, cultivos y drogas ilícitas, implementación, verificación y refrendación, terminación del conflicto.

Después de la firma de los acuerdos de paz, el país se enfrenta a un proceso arduo, complejo y gradual: el posconflicto. En ese instante, todos los sectores juegan un papel importante para contribuir al avance del posconflicto y la dignificación de la vida humana. La organización de la sociedad y concientización de reconciliación y de paz debe implementarse mediante campañas pedagógicas de paz; de acuerdo con las teorías weberianas respecto a las desigualdades sociales la organización y acción social incluyendo tolerancia:

“El conflicto (...) no puede ser excluido de la vida cultural. Es posible alterar sus medios, su objeto, hasta su orientación fundamental y sus protagonistas, pero no eliminarlo” (Weber, 1982b, p. 247).

Entre los sectores sociales, el tercer sector es vital, las organizaciones empresariales especialmente deben asumir el papel de generar empleo y darle oportunidad de entrar en el mundo laboral a los reinsertados y a la población civil. Las organizaciones empresariales deben contemplar dentro de sus objetivos la simplificación del trabajo, la coordinación y la optimización de las funciones y recursos; en pocas palabras, mostrar que el trabajo sea sencillo y fácil para quienes hacen parte de la organización y los clientes. Para lograr lo anterior, la planificación de trabajo es fundamental.

El entorno de las organizaciones se ha convertido en uno de los factores más importantes de estas, pues afecta directamente su desarrollo. Por tanto, es preciso establecer y analizar los diferentes factores y fuerzas que surgen fuera de sus fronteras, a las que necesariamente se encuentran sujetas, pues afectan su comportamiento.

El entorno organizacional está relacionado con los hechos históricos que han culturizado a una compañía, nación o región, y que han conducido al seguimiento y la aplicación de las mismas herramientas administrativas sin lograr cambios en las organizaciones. (Universidad La Salle, 2010, p.3).

Parafraseando a Goldhaber, las organizaciones empresariales son sistemas abiertos cuyas partes están relacionadas entre sí y con su medio ambiente. La naturaleza de esta relación es de

interdependencia, debido a que todas las partes del sistema afectan y son afectado mutuamente (Goldhaber, 1989). Por tanto las organizaciones tiene un rol social para con su entorno, orientando las estrategias misionales, no solo a la satisfacción de sus clientes, sino también al bienestar y desarrollo de su comunidad. Partiendo de esta premisa, el entorno más cercano a las organizaciones y que está definiendo el futuro de todo un país es la transición de seres humanos que desean cambiar pero para lograrlo necesita del apoyo de la empresa privada, quien puede ofrecer oportunidades económicas como aliados, colaboradores y/o proveedores.

Como tercer sector enfocado al empresarial, en el siguiente trabajo de investigación se tendrán en cuenta los autoservicios de la ciudad de Palmira, iniciando con el número de autoservicios, prosiguiendo con el estado y el papel que juegan en la sociedad y su postura frente a la coyuntura del posconflicto.

Objetivo general

- Identificar y conocer la responsabilidad social y el impacto que generan los autoservicios de Palmira- Valle del Cauca en el marco del posconflicto.

Objetivos específicos

- Determinar el nivel de incidencia socioeconómica de los autoservicios de Palmira.
- Identificar las dinámicas ejercidas por los autoservicios en Palmira para ofrecer empleo.
- Conocer el plan empresarial y social de los autoservicios de Palmira de cara al posconflicto.

Justificación

En la siguiente investigación se conocerá la responsabilidad social y el impacto que los autoservicios de Palmira emprenden en la ciudad de cara al posconflicto que afrontará Colombia.

En la actualidad, Colombia atraviesa una coyuntura histórica: El proceso de Paz entre el Gobierno y las FARC-EP. Durante el proceso se han firmado puntos (reforma agraria integral, participación política, cultivos ilícitos, sometimiento a la justicia, implementación, verificación y refrendación) que juegan un papel indispensable para el desarrollo del país y para la terminación del conflicto con la insurgencia. Ante la posibilidad cercana de llegar a un posconflicto, el tercer sector emprende un camino de retos y relevancia en el desarrollo del país.

Todas las organizaciones desde su enfoque, están en la misión de construir por medio de su trabajo el bienestar de las comunidades; asimismo, el rol protagónico del tercer sector coadyuva a la reconstrucción del tejido social de la ciudad. Los diversos problemas sociales generados por el mismo dinamismo social generan la creación de organizaciones empresariales. Las organizaciones para generar impacto deben crear estrategias que contribuyan al tejido social y a su solidificación en el territorio.

El rol protagónico del tercer sector, en este caso de carácter empresarial, genera un atractivo a investigar y más cuando Colombia está a portas del posconflicto, como administradores de empresas en formación, se adquiere la responsabilidad de generar estrategias incluyentes de

reflexión profunda en la cadena productiva de las organizaciones, siendo conscientes que se requiere generar proyectos a largo plazo en miras a no solo ver como una asistencia humanitaria, sino como una ventaja competitiva debido al potencial crecimiento que puede generarse con la terminación del conflicto el reintegro a la sociedad de aproximadamente 15 mil personas, que pueden aportar al crecimiento económico con su trabajo desde sus diferentes campos de acción, teniendo como principal potencial el producto del sector agrario. Es indispensable conocer e identificar la praxis y estrategias de los autoservicios de Palmira que coadyuven a la paz y reconciliación después de una guerra de más de 50 años. Para lograr tal propósito se aplicarán instrumentos metodológicos como la entrevista semiestructurada y encuesta con pregunta cerrada, es decir, una investigación mixta.

Este trabajo además de aportar una visibilización de la responsabilidad social e impacto de los autoservicios en Palmira, permitirá plasmar –si es el caso- las falencias de los autoservicios que aún no asumen su papel protagónico ante el inminente posconflicto.

MARCO TEÓRICO

Inversión en Responsabilidad Social en el Posconflicto

La inversión en Responsabilidad Social durante un posconflicto no solo resulta conveniente para la población que se encuentra en medio del conflicto, sino que las organizaciones empresariales también pueden resultar beneficiadas.

Según Roberto Berlín, director del programa de responsabilidad social de Walmart, quien es un experto en programas de inversión social de compañías: “el éxito está en que los proyectos generen beneficios no solo para la organización sino también para la población” (El Espectador, 2016).

Se deben diseñar programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) teniendo en cuenta el alto potencial que se tiene en el primer sector, enfocándose en cultivos diferentes al café y las flores para así aprovechar las oportunidades de demanda del mercado internacional e incentivar las exportaciones, la producción industrial, el comercio y por ende la generación de empleo.

El sector terciario debe adaptar sus estrategias empresariales al tema de la RSE para poder generar oportunidad para quienes se reinserten a la vida civil y laboral, con programas que beneficien a la organización y a esta parte de la sociedad basados en la tolerancia y la inclusión social.

Lo anterior va a permitir que las organizaciones se relacionen eficientemente en la etapa del posconflicto, pero, para que el programa de RSE sea exitoso, este se debe incluir en la cadena de valor de la organización, saber en qué área de la empresa se va a implementar y hacerlo competitivamente.

Si las empresas alinean el programa de RSE con sus fortalezas y cuenta con las condiciones estructurales, económicas y de capital humano podrá, aprovechar las oportunidades que se generen en el mercado.

En la ciudad de Bogotá el 55% de los empresarios está de acuerdo con los arreglos generados con las FAR-EP en la Habana, de este grupo de empresarios el 34% consideran que generarían bienestar y desarrollo al país, pero solo el 53% estarían dispuestos a emplear a quienes dejen las armas y el 31% de los empresarios están dispuestos a emplearlos pero con la condición de que la empresa se fortalezca con mejores oportunidades comerciales, acceso a tecnología a menores costos o ayudas económicas por parte de terceros en los salarios de los desmovilizados, según una encuesta realizada por la Cámara de Comercio de Bogotá, la Fundación Ideas para la Paz y el Instituto Catalán Internacional para la Paz (Moreno, A. 2015 p.7).

Por lo anterior, se va a realizar este estudio para saber si los empresarios de la ciudad de Palmira están dispuestos a generar empleo para los desmovilizados del proceso de paz y bajo cuales condiciones están dispuesto a apoyar el posconflicto.

METODOLOGÍA

El tipo de estudio aplicado en el trabajo de investigación es mixto (cualitativo-cuantitativo), descriptivo, explicativo; para la recolección de información se aplicaron dos instrumentos metodológicos, por un lado, una encuesta estructurada, construida con preguntas abiertas y cerradas, y por otro, la entrevista semiestructurada, la cual cuenta con preguntas base que fueron formuladas a los encargados de los autoservicios de la ciudad de Palmira- Valle del Cauca.

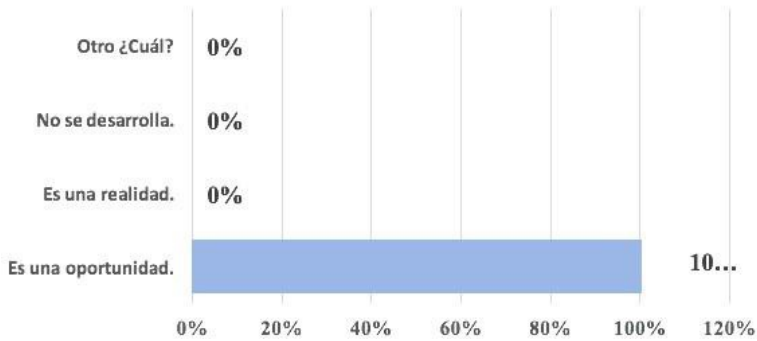
El estudio se realizó durante el segundo semestre del 2016, teniendo en cuenta las cinco cadenas de autoservicio más representativas de la ciudad, de las cuales se tomó una muestra de tres cadenas representando el 60% de los autoservicios, con lo que se logró identificar el compromiso social que tienen las organizaciones encuestadas, el compromiso con la construcción de paz generando empleo para desmovilizados y víctimas del conflicto. Asimismo, el impacto de su trabajo mediante estudios estadístico con personal idóneo; las empresas contribuyen al articular el trabajo social con fundaciones y con entes educativos, como el caso de Almacenes La 14 que tiene convenio con el SENA.

Durante el trabajo participaron los investigadores, las comunidades de estudio y profesores asesores de la Universidad Pontificia Bolivariana Sede Palmira, se terminó en el mes de noviembre de 2016.

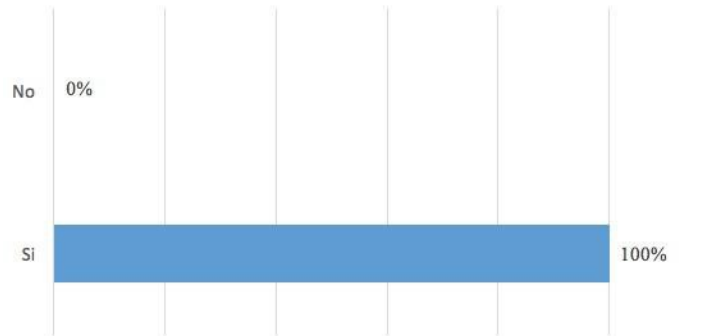
RESULTADOS

Encuesta sobre Responsabilidad Social e impacto de los autoservicios de Palmira - Valle del Cauca en el posconflicto

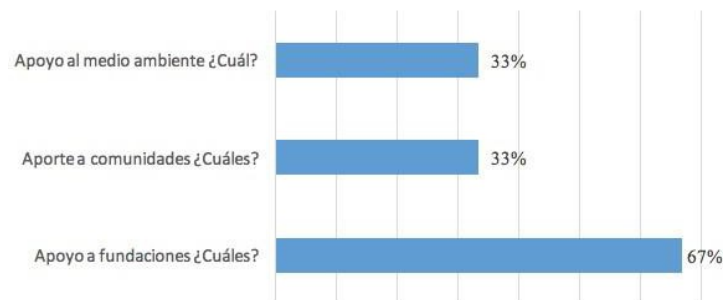
1. ¿Cuál es la percepción que tiene la empresa sobre el posconflicto en Colombia?



2. ¿La Empresa cuenta con un programa de Responsabilidad Social Empresarial?



3. ¿Qué actividades de Responsabilidad Social Empresarial realiza la Empresa?



Apoyo a fundaciones ¿Cuáles?

- **Supermercado 1:** La empresa tiene convenio con la Fundación Carlos Pórtela, coadyuvamos recogiendo tapas plásticas la cuales la fundación le hace entrega de las tapas a otra empresa y esta a su vez, financia el tratamiento de quimioterapia a niños con Cáncer. Por otra parte, las políticas de la empresa impulsan a brindar oportunidades de empleo y superación a personas con discapacidad auditiva.

- **Supermercado 2:** Nosotros contamos con una fundación llamada “fundación éxito”, la cual trabaja con los niños en la importancia de la conservación del medio ambiente, especialmente los recursos hídricos. La fundación desarrolla campañas pedagógicas en los menores por medio de charlas, vídeos y lecturas didácticas.

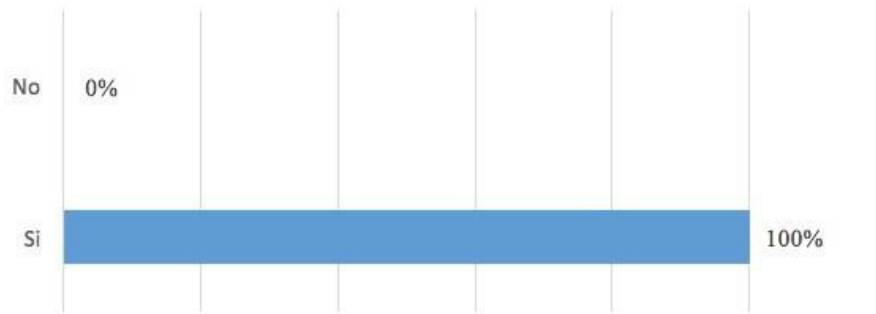
Aporte a comunidades ¿Cuáles?

- **Supermercado 3:** Tenemos convenio con el SENA, con el fin de que nuestros trabajadores se capaciten en el ámbito de ventas, recursos humanos, administración. En la medida de que se capaciten tendrán mayores probabilidades de ascender en el trabajo.

Apoyo al medio ambiente ¿Cuál?

- **Supermercado 2:** capacitan a los niños a cuidar el medio ambiente y ahorrar el agua.

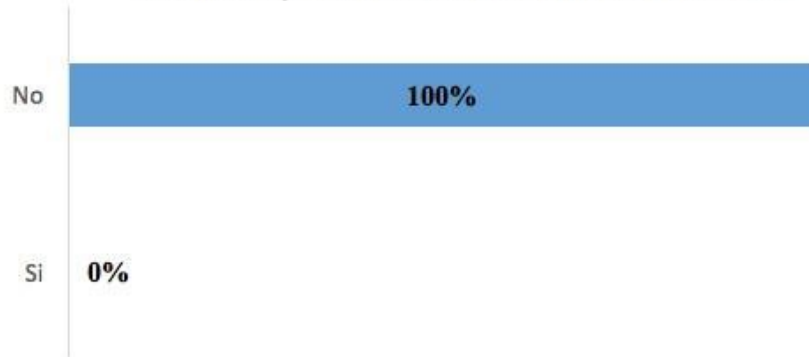
4. ¿La empresa mide el impacto de sus acciones de Responsabilidad Social Empresarial?



En caso de responder sí ¿Qué metodología utiliza la empresa para medir el impacto en las comunidades?

- **Supermercado 1:** Con un estudio estadístico que la empresa aplique. Además, medimos el rendimiento laboral de las personas que hacen parte del convenio.
- **Supermercado 2:** Analizando los estudios estadísticos.
- **Supermercado 3:** El impacto radica en el compromiso y enriquecimiento intelectual de nuestros trabajadores.

5. ¿La Empresa tiene un programa de Responsabilidad Social Empresarial dirigido a las víctimas y actores del conflicto armado?



6. La empresa tiene contemplado dentro de sus políticas de RSE contratar personas desmovilizadas de los grupos armados o desplazados por el conflicto?



¿Por qué?

- **Supermercado 1:** Sí, para nosotros es indispensable contribuir a la paz del país, pero con los recientes resultados del plebiscito se quedó quieto.
- **Supermercado 2:** Dentro del programa de planificación y ejecución, se pensó en recibir personas desmovilizadas que tuvieran conocimiento en la parte ambiental, porque el Estado así lo requiere, pero no se está aplicando aún.
- **Supermercado 3:** además de ser un requerimiento nacional, para nosotros es importante contribuir al desarrollo de la paz a través del crecimiento como ser humano y el aprendizaje continuo.

Los de autoservicios de Palmira sometidos al presente proyecto de investigación dejan claro su compromiso por el trabajo con la comunidad, dos de las tres organizaciones tienen convenios con fundaciones, el otro convenio institucional con el SENA.

Es preciso señalar que las empresas encuestadas a excepción de Supertiendas Cañaveral, las demás organizaciones están vinculadas directamente con las organizaciones que trabajan.

Si bien cada empresa tiene un enfoque diferente respecto a la contratación de personal, son conscientes que al abrir puertas de empleo al tipo de población afectada por el conflicto, se contribuye a la construcción de paz y al tejido social. Sin embargo, carecen de una estrategia estructurada que permita la sostenibilidad y productiva bilateral, entendiéndose que debe haber diferentes planes de acción como en empleabilidad, alianza como proveedores y clientes, debido a que un mayor porcentaje de la población que se va a resocializar pertenece al sector rural y el futuro para ellos no únicamente está en el sector urbano y más aún cuando Palmira es considerado la capital agrícola de Colombia. Asimismo, los entes gubernamentales hacen esfuerzos y brindan a la empresa privada capacitación, esto no se puede ver como programa de responsabilidad social para atender el posconflicto.

BIBLIOGRAFÍA

Barbosa, C. (2016, 25 de mayo). Empresas a Invertir en Responsabilidad Social durante el Posconflicto. *El Espectador*. Recuperado de <http://colombia2020.elespectador.com/economia/empresas-invertir-en-responsabilidad-social-durante-el-posconflicto>

Moreno, A. (2015). *La Empresa como Piedra Angular del Posconflicto en Colombia*. Universidad Militar Nueva Granada, Bogotá D.C., Colombia. Recuperado de <http://unimilitar-dspace.metabiblioteca.org/bitstream/10654/6381/1/MorenoGait%C3%A1nAndr%C3%A9sGustavo2015.pdf>

Rodríguez E; Pedraja, I (2008). *Análisis del Impacto del Proceso de Toma de Decisiones Estratégicas sobre la Eficacia de las Organizaciones Públicas*. Toma de Decisiones Estratégicas. (P.2). Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v19n35/19n35a04.pdf>

Universidad La Salle. (2010). *Gestión, entorno y competitividad de las organizaciones empresariales*. Medellín, Colombia. Recuperado de: <http://www.lasalle.edu.co/wps/wcm/connect/74c0e8b0-9430-466a-be3d-281b4bd787a6/Gestio%CC%81n+Entorno+y+Competitividad+de+las+Organizaciones.pdf?MOD=AJPERES>

Weber, M. (1982b). "El sentido de la 'neutralidad valorativa' de las ciencias sociológicas y económicas", en *Ensayos sobre Metodología Sociológica*, Buenos Aires: Amorrortu Editores.